www.economymagazine.bg

ИКОНОМИКА

брой 66

октомври 2016 г. / цена 5 лв.

КРИТИЧНИЯТ ФАКТОР **„ВРЕМЕ“**

ЛЕГЕНДАРНИТЕ **БАНКЕРИ**

ЕЛЕКТРИЧЕСКО **БЪДЕЩЕ**

НОВА ПЛАТФОРМА ЩЕ СВЪРЖЕ БИЗНЕСА С ПАЗАРИТЕ

Мариета Захариева

ISSN 1314-376X

Електронен подпис

ЕВОЛЮЦИЯ НА ПОДПИСА

Повече сигурност и удобство за теб с електронен подпис от Пощенска банка*

Научи повече на: **www.postbank.bg** | *** 7224**

*Квалифицираният електронен подпис се издава от „Система за електронни плащания/ СЕП България" АД, чрез посредничеството на „Юробанк България" АД, като в тази връзка банката не носи отговорност за техническите характеристики на КЕП и начините и възможностите за използването му, в това число и за последиците от тази употреба. Квалифицирани електронни подписи, издавани от „Система за електронни плащания/ СЕП България" АД се предлагат от банката само на нейни клиенти.

25 години

Postbank
Решения за твоето утре

КАМПАНИЯ

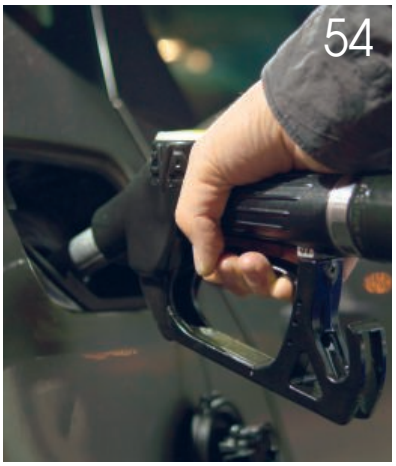
организирана от КРИБ
и списание "Икономика"

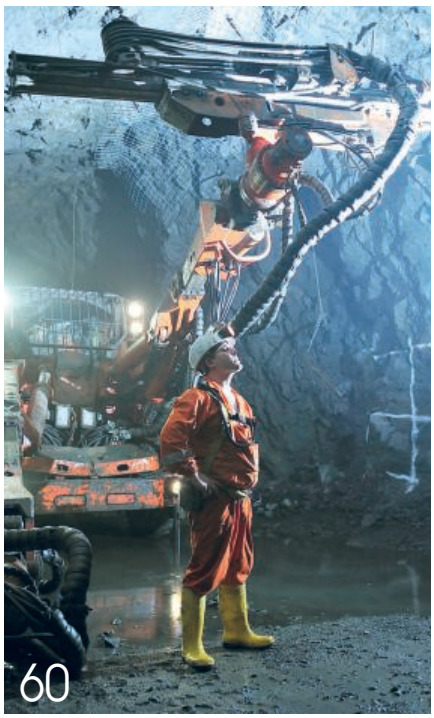
БИЗНЕС *на* СВЕТЛО

С подкрепата на:

150 Years of the Future. Aurubis

HUVEPHARMA We add performance to your business





ОКТОМВРИ 2016

БРОЙ 66

08 КРИТИЧНИЯТ ФАКТОР „ВРЕМЕ" МАРКЕТИНГОВИ СТРАТЕГИИ

18 МАРИЕТА ЗАХАРИЕВА: НОВА ПЛАТФОРМА ЩЕ СВЪРЖЕ БИЗНЕСА С ПАЗАРИТЕ

26 ПЕТЪР АНДРОНОВ: ПРОВЕРКИТЕ ДОКАЗАХА, ЧЕ МОЖЕ ДА ИМАМЕ ДОВЕРИЕ НА БАНКИТЕ

28 БЕДИТЕ ЗА „ДОЙЧЕ БАНК" НЯМАТ КРАЙ

30 ЛЕГЕНДАРНИТЕ БАНКЕРИ

34 ХОРАТА ЛИ СА СПИРАЧКА ЗА РАСТЕЖА

38 АРТУР ТУРЕМКА: ЕЛЕКТРОННИТЕ ПЛАЩАНИЯ ОГРАНИЧАВАТ СИВАТА ИКОНОМИКА

40 КРИСТОФЪР КАРИНГТЪН: ИСКАМЕ ДА СМЕ ПИОНЕРИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ЗНАНИЕ

42 НЕВЕНА МАРИНОВА: БРОКЕРСКИЯТ ПАЗАР НА ЗАСТРАХОВКИ ЩЕ ПРОДЪЛЖИ ДА РАСТЕ

44 ЗАСТРАХОВАНЕТО СТАВА ЛЕСНО И УДОБНО

50 СВЕТЛА НЕСТОРОВА: ДА СЕ ОСНОВАВАМЕ НА ЦЕННОСТИ, А НЕ НА ЦЕЛИ

52 БЕЖАНСКАТА ВЪЛНА - „ЧЕРНИЯТ ЛЕБЕД" НА ЕВРОПА

54 ПЕТРОЛНИЯТ БИЗНЕС СЕ НУЖДАЕ ОТ ОБЩИ ПРАВИЛА

56 ПРОФ. ДТН НИКОЛАЙ ВЪЛКАНОВ: ГОТОВИ СМЕ ЗА РЕКОРДИ В МИННАТА ИНДУСТРИЯ

60 ИНДУСТРИЯ С ПОТЕНЦИАЛ

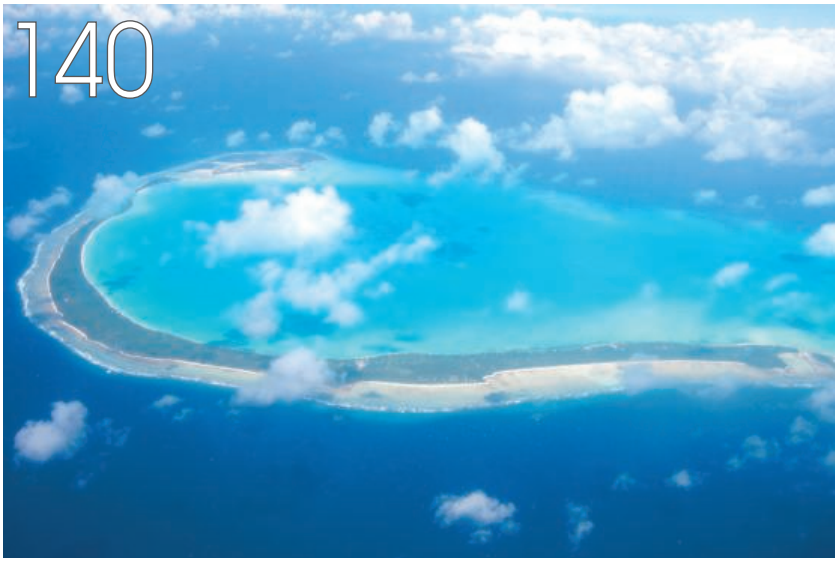
64 АДВ. БИЛЯНА ТОНЧЕВА: ЛИДЕР СМЕ В ЕВРОПРОЕКТИТЕ ЗА ЕНЕРГИЙНА ЕФЕКТИВНОСТ

68 БОЙКО САЧАНСКИ: ИМАМЕ УСПЕШНО ПАРТНЬОРСТВО С БЪЛГАРСКИ ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ДОСТАВЧИЦИ

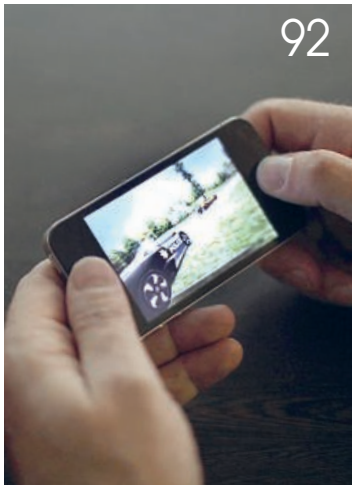
72 СКОК КЪМ ГОЛЕМИТЕ МОДНИ ПАЗАРИ

76 ЕСКЕЙП СТАИТЕ - НОВАТА РАЗВЛЕКАТЕЛНА МАНИЯ

78 СВЕТЛА БОЯНОВА: ОТПУСКАМЕ КРЕДИТИ И ЛИЗИНГ „ПО МЯРКА" НА БЪЛГАРСКИЯ ФЕРМЕР



80 УЖИЛЕНИТЕ ПЧЕЛАРИ
82 ЩРАУСИТЕ - МЕЖДУ БИЗНЕСА И АТРАКЦИЯТА
86 КАК ДА УВЕЛИЧИМ ПРОДАЖБИТЕ ЧРЕЗ ФЕЙСБУК МАРКЕТИНГ
90 КРИЗИТЕ СА ИЗПИТАНИЕ
92 ГЕЙМ ИНДУСТРИЯТА НЕ Е ИГРА
96 ЕРАТА НА ДИГИТАЛНИТЕ КОМПАНИИ
100 XIAOMI - ДО ВЪРХА ЗА ШЕСТ ГОДИНИ
102 BLOCKCHAIN РАЗТЪРСИ ФИНАНСИТЕ
106 ЧОВЕКЪТ, КОЙТО ПРЕДСКАЗА БЕЗСМЪРТИЕТО
110 БЪДЕЩЕ СЕГА: ЕЛЕКТРОКОЛИ ПО ЕЛЕКТРОПЪТИЩА
114 ИНВАЗИЯТА НА ТАКСИТАТА РОБОТИ
120 ИДВА ЛИ ВРЕМЕТО НА ЖУРНАЛИСТИТЕ РОБОТИ
124 НАЙ-ВАЖНОТО ПОПАДЕНИЕ НА КОБИ БРАЙЪНТ
128 МИСТЕРИОЗНИТЕ ДЪЩЕРИ НА ПУТИН
138 КАМЕННАТА ГОРА КРАЙ ВАРНА
140 КИРИБАТИ -33 КЪСЧЕТА ОТ РАЯ



РЕДАКЦИОННО

НЕВЕНА **МИРЧЕВА**,
главен редактор

КОЛКО Е ВАЖНО ДА БЪДЕШ ПРЪВ

Да си пръв в бизнеса е един от най-важните фактори за успеха и скоростното развитие. Успяват тези, които в точния момент, на точното място правят точните неща. Има какви ли не афоризми за времето, чиято цел е просто да подтикнат хората към верните решения. Но и да не забравят, че не ние сме господари на времето, а то на нас. Затова и загубата на време се измерва често в загуба на пари.

Днес живеем в толкова динамично променящ се свят, че за 2-3 години изчезват цели бизнес сектори и на тяхно място се появяват нови, защото иновациите и технологичното развитие продължават да са двигателят на промяната. Факторът „Време“ не прощава изоставането и всяка секунда е безценна, споделят опита си и предприемачите в темата на броя.

На страниците на списанието отново ще намерите разнообразна, интересна, но и полезна информация. Вярваме, че всеки ще открие за себе си нещо важно.

Приятно четене!

Списание „Икономика“. София 1111, жк. „Яворов“, бл. 73, ет. 6, ап. 11
Телефони: (02) 852 9696; (02) 852 9699; e-mail: office@economic.bg
Издател **„Медия Икономика България“**; Изпълнителен директор: Боян **Томов**; Главен редактор: Невена **Мирчева**;
Счетоводство: София **Стрелкова**; Реклама и Маркетинг: Калин **Константинов**
reklama@economymagazine.bg
Редактор: Татяна **Явашева**; Автори: Александра **Сотирова**, Александър **Александров**, Божидара **Иванова**, Бранислава **Бобанац**, Владимир **Митев**, Георги **Желязков**, Илия **Лазаров**, Преслава **Георгиева**
Дизайн: Едуард **Лилов**; Фото: Стоян **Йотов**; Фото корица: Александър **Нишков**
Печат: **Алианс принт**; Разпространение: **„Медия Икономика България“**

„Техностарт 2" финансира младежки иновации

Министерството на икономиката обявява национален конкурс по проект „Техностарт 2 – Насърчаване на иновационната активност на младите хора в България". Проектът е ориентиран към студенти и хора с висше образование с цел подпомагането им да започнат собствен бизнес. В рамките на проекта се предоставя безвъзмездна финансова помощ до 90% от общия размер на финансиране, или до 19 800 лева за всеки одобрен бизнес план. За да получи финансиране на проекта, всеки одобрен кандидат за финансиране трябва да регистрира своя фирма (ЕООД или ЕТ) по Търговския закон в Агенцията по вписванията и да осигури задължителен собствен принос от 10% от общия размер на финансиране или до 2200 лева за всеки одобрен бизнес план.

Проектът финансира стартиращи фирми с бизнес идея само в сферата на промишлеността и научната и развойна дейност. Крайният срок за кандидатстване е до 17 октомври включително. Конкурсната документация се подава лично в деловодството на Министерството на икономиката.

Избират „Най-добра българска фирма"

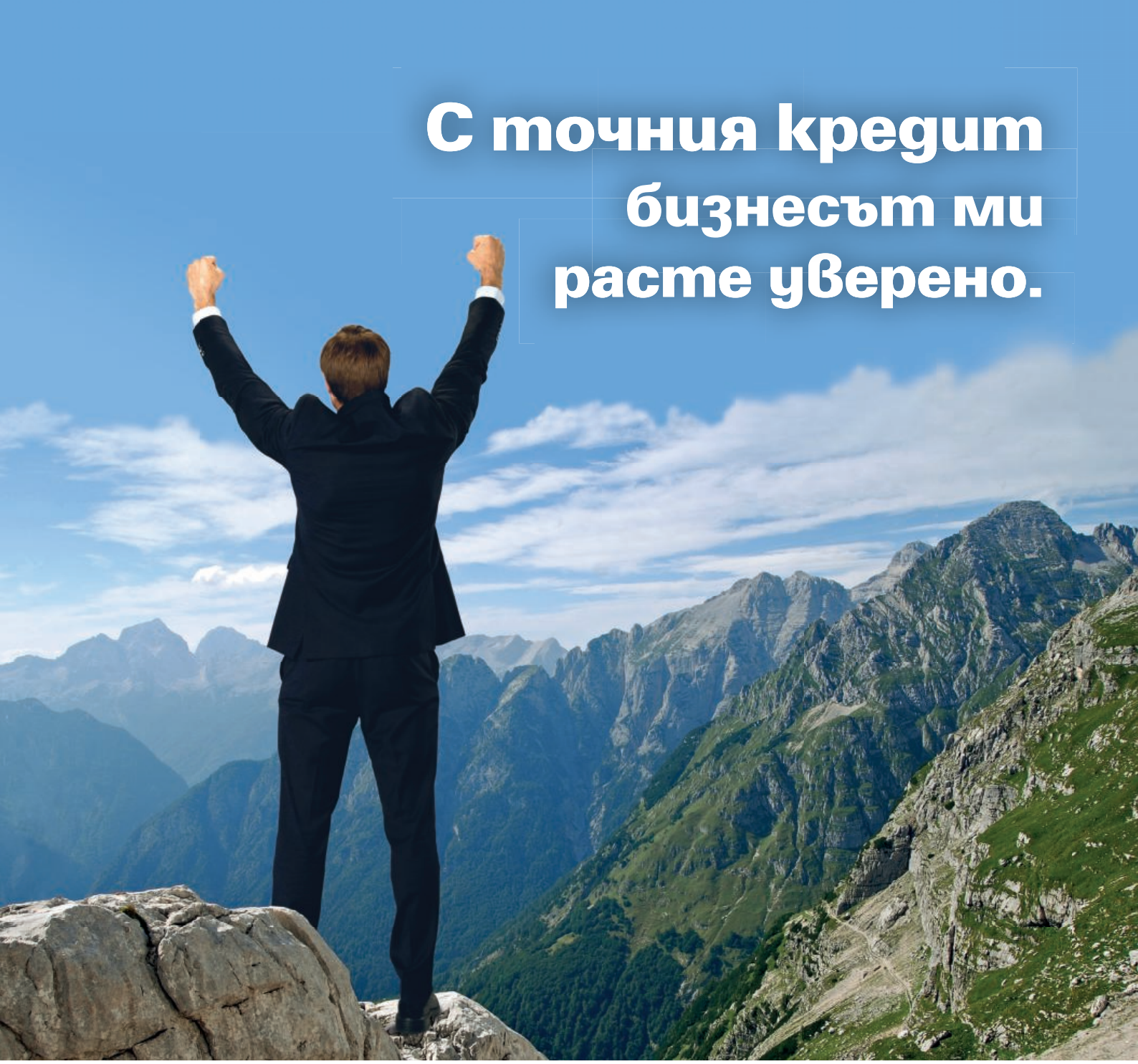
За пета поредна година най-успешните български компании ще имат възможност да участват в конкурса „Най-добра българска фирма на годината". Инициатор на проекта е Fibank (Първа инвестиционна банка).

Задължително условие за участие на фирмите в конкурса е те да имат български капитал, български мениджмънт и да представляват български бранд. Желаещите да участват в конкурса фирми е необходимо да попълнят кратък въпросник на сайта на инициативата http://www.naidobrafirma.bg/Questionnaire. Заявки се приемат до 17 октомври 2016 г.

Започна проект за студентски практики

Стартира програмата „Студентски практики – Фаза 1", съобщиха от Министерство на образованието и науката. До декември 2017 г. работодателите, които желаят да се включат в проекта и да наемат студенти като практиканти в своята организация, могат да попълнят своя профил в информационната система на проекта на адрес http://praktiki.mon.bg/sp/.

За реализиране на проекта се предвижда участието на 46 000 студенти в практическо обучение в реална работна среда и успешното приключване на минимум 40 020 практики. За проведената практика студентите ще получат стипендия от 480 лева. Проектът се изпълнява от МОН по оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж".



Бизнес кредит

Пред мен има една посока – нагоре

Fibank
Моята банка

www.fibank.bg *bank (*2265)

С пълните условия на продукта можете да се запознаете на **www.fibank.bg**, ***bank (*2265)** или във всеки клон и офис на Fibank.

КРИТИЧНИЯТ ФАКТОР „ВРЕМЕ“

АЗБУЧНА ИСТИНА Е, ЧЕ УСПЯВАТ ТЕЗИ, КОИТО В ТОЧНИЯ МОМЕНТ И НА ТОЧНОТО МЯСТО ПРАВЯТ ТОЧНИТЕ НЕЩА. УМЕНИЕ Е ДА СЪЧЕТАЕШ В ЕДНО ТЕЗИ ТРИ НЕЩА

автор: **Татяна Явашева**

Първият по време е първи по право, гласи една латинска сентенция, която намира пряк израз не само в римското право. Човечеството отдавна си дава сметка за времето като необратим фактор. Успяват тези, които в точното време, на точното място правят точните неща. Не един предприемач признава, че „тайната“ на успеха е в „Бяхме навреме на пазара“. Умение е да бързаш бавно.

Да уловиш момента

Има какви ли не афоризми за времето, чиято цел е просто да подтикнат хората към верните решения: Времето не търпи отлагане, а иска бързо действие. Никога не знаеш колко скоро ще стане твърде късно. Времето е като нагорещеното желязо – ако изстине, трудно се кове. Времето е най-великият новатор.

Често забравяме за важността да действаме бързо и навреме и живеем така, сякаш ние сме господар на времето, а не то – наш. Факторът „Време“ е също враг или приятел на всеки бизнес. Ако имаш добър нюх и предложиш нещо, което в момента да срещне силен интерес на пазара, успехът е на твоя страна. Изпуснал ли си момента, изпуснал си шанса. Най-голямата загуба, която може да ни постигне, е загубата на време. То не се наваксва. Но за утешение загубата на време поняко-

га наричаме опит.

Вън от играта

Забавянето може да се дължи на различни обстоятелства. Например, ако навреме не получиш разрешително и администрацията бави твоя проект, може да изпуснеш вълната, други да те изпреварят и да заемат нишата, която си видял. Така в момента, в който вече си преодолял всички пречки и имаш готов продукт, да си неконкурентоспособен на пазара. Факторът „Време“ дава възможност да спечелиш или да загубиш един пазар. Колкото и да си гъвкав, не успееш ли да реализираш идеята си навреме, губиш играта, тъй като други се наместват на пазара или просто реалностите се променят. В това отношение АЕЦ „Белене“, чието изграждане започва още в началото на 80-те години на миналия век, ни дава един скъпоплатен урок, ако изобщо си извадим поуки от това.

Да изпуснеш питомното

Факторът „Време“ може да се разглежда и през призмата на демографския фактор. Губим младите хора, които не искат да губят време, а предпочитат да бягат по бързата писта на своята реализация в други населени места или директно в други държави, които им предлагат по-добри условия за развитие. Вече губим и всякакви професионалисти, които намират реализация зад граница. Губим и от това, че не създаваме специалисти, от които има и ще има нужда. И колкото повече пренебрегваме фактора „Време“, толкова повече оставаме без необходимите кадри на всички нива в йерархията. Така университетите в България, които не отчитат фактора „Време“, вече все по-трудно привличат студенти и в тях остават много незаети места. Те пренебрегват качеството на подбора на студенти и преподаватели, нехаят за качеството на подготовката, която дават, и така сами си слагат „динена кора“.

Стрелките се въртят

Факторът „Време“ това са и технологиите, които непрестанно карат всички да се променят. Факторът „Време“ не прощава изоставането или забавянето. Има неща, които трудно се наваксват – например загубеното време на образователната система да влезе в крак с времето. Така липсата на подходящи кадри кара бизнеса да взема трудни решения. Факторът „Време“ влияе на всичко – и на бизнеса, и на здравеопазването, на образованието. Дори има индустрии, които печелят от това, че се опитват да ни помогнат да се справим с последствията от фактора „Време“, или пък такива, които пестят време.

Нека не забравяме, че може да си купим часовник, но не и време. Загубено злато може да се намери, загубено време - никога.

Списание „Икономика“ потърси мнение от трима предприемачи и консултанти за значението на фактора „Време“ в бизнеса.

Цветелина **Тенева**:

Предимство е да уловиш вълната

Г-жо Тенева, според вашия опит и наблюдения какъв фактор е факторът „Време“ за предприемачите?

- В бизнеса факторът „Време“ е много ключов за успеха, но не е единствен. А за стартиращи предприемачи е въпрос на оцеляване, защото много зависи дали това е правилният момент даден продукт да бъде предложен на пазара. В The Business Institute преди 5-6 години създадохме аналитичен инструмент – Мандала на бизнес идеята, който подпомага стартъпите да оценяват бизнес потенциала на своите идеи. В него факторът „Време“ (на предприемачески жаргон – „вълна“), присъства в няколко измерения: доколко потенциалните клиенти осъзнават проблема, който вашият продукт решава; каква е степента на развитие на конкуренти и заместители в тази ниша; какви са дългосрочните тенденции - икономически, технологични, културни, политически - и дали те ще подкрепят разширяването на нишата; какви бариери срещу навлизане на конкуренти сме изградили. Има едно голямо „Но“ обаче – вълната е положителна, но съвсем недостатъчна предпоставка за успех. Също толкова важни са ресурсите от знания, възможности, понякога и пари, както и бариерите срещу навлизане на конкуренти.

- В надпревара с конкуренцията и водени от желанието да бъдат първи, какво трябва да имат предвид предприемачите и хората, които са двигател на даден бизнес?

- Всяка пазарна позиция има своите плюсове и минуси. Когато си първи, имаш предимствата на уникалността и слабата конкуренция. В същото време обаче твоя е и задачата да обучиш пазара какво е това ново нещо, което предлагаш. Ще дам два примера. Първият е локален – системата за онлайн разплащания epay.bg. Тя стартира през 2000 г., тогава започнах кариерата си в „Орбител“ и помня много добре, че dial-up достъпът до интернет (през жиците на стационарния телефон) за домакинствата беше едва в началото, а сега е само история. Представете си или си спомнете нивото на доверие към разплащания през интернет тогава. Очевидно стартът е ранен. В същото време Datamax (основателите на epay.bg) са имали ресурсите и бизнес търпението да инвестират в системата и обучаването на пазара, докато стигне до зрялост и бум. Факт е, че втора подобна система в България днес няма, има заместители в лицето на приложенията за онлайн банкиране, във връзка с които epay.bg изграждат други ключови предимства. Другият пример е мицеларната вода, която е иновация на Bioderma. Нужни са били 6-8 години и навлизането на други играчи със същия продукт, за да се изгради познаваемост и повишаване на търсенето, което познаваме днес. И двата са примери за другите фактори в голямото „НО“.

- Иновациите стават все по-важни за всеки бизнес. Каква е връзката между иновациите и фактора „Време“? Как се постига иновация в точното време на точното място?

- Двата примера са релевантни за иноватор пионер. Звучи много

Цветелина Тенева е основател и старши фасилитатор в The Business Institute, който предоставя бизнес симулации, работилници и алтернативни програми в ключови области на мениджмънта. Тя е експерт в областите пазарни стратегии, бизнес моделиране, (социално)предприемачество. В работата си в института често е в ролята на „ловец“ на казуси и сериозни игри от българската и международната бизнес практика, които се вграждат в процеса на обучение. В процеса на работа с участниците в обученията има фокус върху промяна на гледната им точка и провокация на скрития им потенциал.

привлекателно, но и също толкова предизвикателно! Носи по-голям риск, изискват се повече инвестиции в генериране на търсене. Друга е позицията на иноваторите последователи. Те се включват сравнително рано, с което имат възможност да получат ползите от иновативната добавена стойност, за която клиентите са готови да платят премия. Все пак тяхната печалба би била по-малка, отколкото на иноватора пионер – ако той успее обаче. В същото време носят по-малко риск от него и с по-малката печалба „плащат“ това, че друг е инвестирал в развитието на пазарното търсене.

- Управление на времето е важно за всеки предприемач и за всеки бизнес. Към какви ключови правила по отношение на фактора „Време“ лично вие се придържате във вашия бизнес и как това се отразява на резултатите?

- В The Business Institute и двамата с моя бизнес партньор Светлан Станоев имаме висока чувствителност към пазарния момент да лансираме един или друг продукт. Имаме доста успехи, понякога сме изпреварвали времето. В началото „яхнахме“ темата предприемачество. Тогава стартъп екосистемата беше оформила първия си образ (което предполага търсене), а все още нямаше структурирани обучения. През 2011 г. започвахме работилници за стартиране и развиване на бизнес, както и Магистърската програма по предприемачество и финанси с ВУЗФ - днес в нея вече има и иновации. По подобен начин в момента развиваме целенасочено Академия в областта на социалното предприемачество, заедно с фондация Reach for Change – защото виждаме, че тази вълна набира пазарен интерес. Друга вълна с възходяща тенденция, в която вече работим, е оперативният мениджмънт (operations management) – имаме майсторски клас по тази тема. Вълна, която предусетихме успешно, е, че експерти и мениджъри от корпоративния свят са готови да инвестират пари и време, аналогични на магистърска програма в университет, но търсят значително по-голяма практическа насоченост и не са мотивирани от дипломата. „Дете“ на тази вълна е alternative MBA програмата ни, която вече 3 години и 6 випуска доказва, че добре сме преценили търсенето и момента. През 2012-2013 г. избързахме с опитите си да развием партньорства с други университети, освен ВУЗФ. Стана ясно, че само ВУЗФ са също иноватори и рано са идентифицирали вълната на съвместни програми с бизнеса. Останалите висши училища в онзи момент нямаха сензитивност за тази тенденция и инвестираната от нас енергия нямаше резултат към онзи момент. Изводът беше, че трябва да изчакаме. И ето, 3 години по-късно, вече имаме партньорства и с други институции като IEDC Bled School of Managament в Словения и Унибит в София.

- Във формулата на успеха какво е участието на фактора „Време“?

- Накратко - факторът „Време“ е задължително, макар и недостатъчно условие за успех.

КОГАТО СИ ПЪРВИ, ИМАШ ПРЕИМУЩЕСТВОТО НА УНИКАЛНОСТТА И СЛАБАТА КОНКУРЕНЦИЯ, **НО ИМАШ И ЗАДАЧАТА ДА ОБУЧИШ ПАЗАРА КАКВО Е ТОВА НОВО, КОЕТО ПРЕДЛАГАШ**

Искрен **Кръстев**:

Забавим ли темпото, връщаме се назад

Искрен Кръстев е инициатор и председател на българския офис на Глобалния предприемачески мониторинг (GEM). Той е сред първите завършили програмата „Създаване на икономически растеж чрез предприемачески екосистеми„ в Бабсън колидж, Бостън. Заема мениджърски позиции във Финансовия регулатор на Обединеното кралство (FCA). Завръща се в България през 2013 г. Ментор е в едни от най-големите програми за развитие на стартиращи и утвърждаващи се бизнеси у нас, а от тази година е и част от 30-членния Глобален консултативен съвет за наука и иновации към Научно-иновационния парк (SIP) на Обединените арабски емирства.

Г-н Кръстев, GEM България проучва предприемаческата екосистема и факторите, които насърчават или затрудняват предприемачеството. Какво установихте за действието на фактора „Време“?

- Независимо дали предприемаческата среда като цяло е насърчаваща или затрудняваща, дали бизнесите са стартиращи или растящи, добрите предприемачи са тези, които създават и развиват продуктите или услугите си в избран от тях момент - пазарът показва дали е бил правилният, понякога може да не си първият, но да си по-успешният. Намирането на идеалния момент и пивотирането са от съществено значение за успеха на създателите на забележителна стойност, както дефинираме предприемачите. В процеса на пивотиране се срещат трудност или пречка, но трябва да се намери начин да бъде преодоляна. Пречка може да е липсата на венчър капитал на определено място. Едно от възможните решения е създаването на екип на друго място, където има достъпен венчър капитал, и развитието на бизнеса продължава. Живеем в много динамичен и бързо трансформиращ се свят, където всяка секунда е безценна, добрите идеи - все повече, а човешкият капитал - все по-амбициозен и трупащ познания.

- Пришпорени от конкуренцията и от желанието да бъдат първи, какво не бива да забравят предприемачите и хората, които са двигател на даден бизнес?

- Конкуренцията е много полезен мотиватор за подобряване на продуктите или услугите. Визията, мисията и ценностите на предприемачите са от изключително значение за бизнеса от самото начало, а неразделен елемент от тях трябва да бъде и идентифицирането на конкурентните им предимства. Конкурентните бизнеси запазват фокуса над качеството на услугите и продуктите си, но разглеждат възможностите отвъд рамката на собствения си бизнес. Например компаниите, с които GEM България партнира, често правят запитвания за регулаторни рамки на различни пазари, нагласи на населението или нивата на достъп до финансови инструменти. Всеки от тези фактори може да помогне за засилване на конкурентоспособността на предприемача.

- Технологиите стават част от всеки бизнес. Но едва ли си заслужава технологии заради самите технологии. Как да се преценява стъпката, с която те да се въвеждат?

- Нуждата от по-бързи, по-ефективни и достъпни технологии е понякога разковничето зад скоростното и мащабно развитие на бизнеса - скейлъп фазата на ускорения растеж. Математически предвидимо е кога една технология ще стане по-широко използвана и по-достъпна. Предимството на технологичните решения е в това, че те почти никога не може да бъдат ограничени от физическите рамки на една държава или пазар. Всъщност благодарение точно на тях в днешно време е лесно и изгодно да намерим работна ръка, дори в близост до нас да няма квалифицирани хора. Аз приветствам всяка технология, която ни помага да спестим време и финансови ресурси, и ни дава възможност да повишаваме нивата на забележителна стойност, която бизнесът носи за екосистемата.

- Управление на времето е важно за всеки предприемач и за всеки бизнес. Как то влияе на резултатите?

- Представете си, че сте в самолет, който 20 минути се разхожда по пистата, без да излита. Обикновено аз моля да сляза от подобно превозно средство, защото ако

НУЖДАТА ОТ ПО-БЪРЗИ, ПО-ЕФЕКТИВНИ И ДОСТЪПНИ ТЕХНОЛОГИИ ПОНЯКОГА Е **РАЗКОВНИЧЕТО ЗА СКОРОСТНОТО И МАЩАБНО РАЗВИТИЕ НА БИЗНЕСА**

самолетът, подобно на бизнеса, не може да „отлепи“ бързо, значи има фактори, които ще окажат въздействие над крайната цел, продукта или услугата. Сега си представете компания, която за кратко време идентифицира нужда или възможност, създаде решение и задоволи пазарните нужди. За тези компании основни фактори на успеха са подходящото време, правилните квалифицирани екипи, добрите финансиращи партньори.

- Добре познавате инвестиционния процес. Как факторът „Време“ влияе там?

- Има разлика между фактора „Време“ (англ. - time, duration) - в смисъл на продължителност, и фактора „Навременност“ (timing). Истината е, че има много инвестиции, които са направени в правилното време, в компании с висок потенциал, но особена забележителна стойност или възвръщаемост не е постигната. Добрите инвеститори влагат парите си в екипи, които убедително доказват, че не само навременността за услугата или продукта им е подходяща, а също така, че са готови да посветят изключителен времеви ресурс (продължителност) за постигане на общата с инвеститора визия.

- Как факторът „Време“ влияе във вашия бизнес?

- Смятам, че раждането на GEM (Глобалния предприемачески мониторинг) в България можеше да стане много преди ние да го създадем. Не само защото има компетентни и достойни хора, а заради нуждата да се съобразяваме с европейските регулации. От 2014 г. ЕК използва GEM като основен инструмент за Small Business Act Factsheets, а отскоро и за целите на Европейския семестър. Екипът ни има точна преценка за идентифицирането и комуникирането на предложенията за подобряване на предприемаческата среда, защото нашата мисия е да подобрим условията за живеене и правене на бизнес в България. Свободно време нямаме, но за щастие, нямаме и похабено.

- А как управлявате личното си време и как се учите на по-голяма ефективност?

- Аз се водя от мотото „Цел, процес, въздействие“. Визията ми България да бъде по-добро място за живеене и правене на бизнес може да бъде утопична, но само за хора, които не са подготвени да отделят собственото си време и натрупан опит на тази мисия. Всеки ден имам среща с предприемачи, които създават забележителна стойност. Те не идват, за да измрънкат за някой проблем, а за да потърсим решения. Ставам все по-ефективен с разрастването на екипа ни, защото познанията ми са прехвърлими, целите ни - общи, резултатите - измерими.

- Във формулата на успеха какво е участието на фактора „Време“?

- Няма по-добър момент от този момент, за да започнем да създаваме забележителна стойност. Преследвайки обаче работни цели в днешния свят, ако забавим темпото, не спираме за малко, а се връщаме назад. Умело управлявайте времето си, за да постигате мисията и визията заедно с хората, които са повярвали във вас. Понякога изглежда налудничево да си с голям двигател и да не спираш, но упоритостта ражда добрите примери. Ставайте навреме, улавяйте и създавайте забележителна стойност навреме, заобикаляйте се с хора със споделени ценности, привличайте нови поддръжници. Често слагам знак на равенство между успех и щастие. Аз се чувствам щастлив, когато съм полезен и въпреки че немного хора го виждат, обичам моментите, в които разнообразявам с абсолютно спокойствие.

Димитър **Николов**:

Усилията днес да носят желаната възвръщаемост утре

Димитър Николов управлява отношения с ключови клиенти в българската IT компания InterConsult Bulgaria (ICB). През годините прави преход от предприемачеството към корпоративните среди. Фокусът му е върху маркетинг и продажби на B2B пазари.

Г-н Николов, като специалист по бизнес развитие как гледате на фактора „Време“ в бизнеса?

- Между нас, хората, има една обща черта и тя е, че времето никога не ни стига. Чувал съм за два начина, по които бихме могли да подходим към този проблем. Първият е да увеличим броя часове в денонощието така, че да разполагаме с 48, а защо не и със 72 часа в деня. Засега това е невъзможно и единственият начин е да планираме времето си така, че усилията ни днес да донесат желаната възвръщаемост утре. Времето работи в наша полза тогава, когато не злоупотребяваме с него. Неслучайно законът на Парето гласи, че с 20% от действията си постигаме 80% от резултатите. Като личности, екипи и организации, за нас е най-полезно да предприемаме действия в тези 20%.

- Как вие управлявате фактора „Време“ във вашата работа – той ли вас движи или друго?

- Напоследък всички говорят за постигането на ефективност в бизнеса и продуктивност в личен план. Само потърсете онлайн и ще откриете купища бестселъри, семинари, курсове и всякакви други инструменти, които ви обещават да вършите повече работа за по-малко количество време. За себе си обаче съм открил, че мога да бъда продуктивен дори в тези дейности, които не ми носят резултати в дългосрочен план. По същия начин можете да концентрирате усилията на многоброен екип и да вложите човекомесеци труд в извършването на дейности, които въпреки всичко не ви доближават до желаната цел. Смятам, че времето се управлява непряко, като човек подбира внимателно в какво го прекарва.

- Какъв е съветът ви - на какво бизнесът да обърне внимание по отношение на времето като фактор, който влияе върху продажбите?

- Къде се намираме по жизнения цикъл на усвояване на технологиите на Джефри Мур? Как изглежда идеалният клиент на нашия продукт или услуга? Горещо препоръчвам всеки да се запознае с книгата му „Пресичането на пропастта“ и концепцията му за причините за покупка на всеки различен тип потребител по кривата на жизнения цикъл. Продуктът или услугата ни са предназначени за индивидуални клиенти или за организации? Кой въздейства или участва в процеса на вземане на решение за покупка? Как изглежда преживяването на клиента от момента, в който осъзнае съществуването на нуждата си, до попълването на адреса в страницата за покупка или подписването на договор в офиса? Кои ключови показатели за ефективност ни показват дали, в краткосрочен план, привличаме нови клиенти и развиваме отношенията си със съществуващите? Следим ли общоприети показатели и спазваме ли методологии като Net Promoter Score, които ни позволяват да съберем обективна обратна връзка от човека насреща? Разполагаме ли с критерии кога работата ни е „достатъчно добра“, което ни позволява да преминем към следващата стъпка от плана? Със сигурност биха могли да се появят безброй обстоятелства, които да провалят и най-обмислената стратегия в дългосрочен план. Но открили ли сме критичните фактори, без които не бихме могли да постигнем успех? Достатъчна ли е подкрепата на всички заинтересовани лица за стратегията ни, за да бъдем постоянни в действията си, докато не постигнем резултати в дългосрочен план?

- Как дадена компания да намери златната среда между „високата летва“ и реалните си възможности?

- По проект в затруднение участвах в среща с водещ шведски консултант. На срещата присъстваха няколко човека, всеки от които носеше отговорност за своята част от проекта. Консултантът взе маркер и на бялата дъска начерта толкова колони, колкото хора имаше в конферентната зала: „Представете си, че живеете в идеален свят. Нямате ограничения – нито в бюджет, нито във време, нито в ресурси. От какво имате нужда, за да постигнете заложените си цели?“ Всеки от присъстващите изброи своите 7-8 условия, които биха му помогнали да достави обещаното. Консултантът продължи: „Сега си представете, че всеки от вас има право само на 3 неща от своя списък. Можете ли да изберете кои – но също така да координирате последващите действия помежду си?“ Златната среда се намира тогава, когато екипът ви е способен да се вгледа във фактите, да вникне във възможностите и ограниченията, и да направи своя избор как да продължи напред. Често не липсата на знания е това, което ни пречи да изпълним плановете си, а счупеното общуване и прикриването на фактите от оперативно до мениджърско ниво.

- Как се прави и се изпълнява маркетингова стратегия, която дава възможност да имаме точния продукт в точното време и да го реализираме на точното място? За кого е постижимо това?

- Колко често имаме реална представа за въздействието на ходовете, които предприемаме? Защо предпочитаме да прикрием липсата на разбиране с красив дизайн и шаблонни изрази? Причините са не една – от наследствената народопсихология на българина и образователната система, която не е способна да обучава мислещи кадри, до крещящата за развитие бизнес и лидерска култура у нас. Но, ако въобще мога да обобщя разликите между „лошата“ и „добрата“ стратегия, бих го направил по следния начин: Лошата стратегия звучи гръмко и пропуска да навлезе в подробностите. Разглежда погрешно харченето на повече пари като средство за решаване на проблемите. Предлага недостатъчно аргументирани и далечни цели. А създателите ѝ всячески се опитват да убедят останалите, че позитивната нагласа и усърдният труд са достатъчни, за да се пожъне успех. Подхождайте предпазливо към стратегии, които продават въздух. Нищо чудно, че немалко изпълнителни директори отдавна са изгубили вярата си във възвръщаемостта на инвестициите в маркетинг. Добрата стратегия описва реалистични цели на високо и на оперативно ниво, без да пропуска трудностите и ограниченията. Тя предлага политика за действие, методология на работа, или структура, която позволява самостоятелно действие в правилната посока. Наличието ѝ премахва нуждата от микромениджмънт и позволява на служителите да направят своя принос към общия успех, при това без да създава неравномерни разпределения на отговорност сред няколко човека в организацията. Добрата стратегия предлага и списък с последователни действия и разпределени ресурси, които помагат на всички заинтересовани лица да постигнат консенсус.

- Каква е връзката между ефективността на маркетинга, успешните продажби и фактора „Време“?

- Моят професионален опит е най-вече в B2B сферата. Връзката между маркетинга и продажбите се намира в приходите, генерирани от привлечените от маркетинга клиенти в избран период от време. Тази истина звучи достатъчно очевидна, за да бъде игнорирана в повечето компании и от повечето мениджъри, които познавам. Въпреки това, през последните няколко години се запознавам с все повече професионалисти, които знаят значението на термина MQL (Marketing Qualified Leads).

СПОРЕД ЗАКОНА НА ПАРЕТО С 20% ОТ ДЕЙСТВИЯТА СИ ПОСТИГАМЕ 80% ОТ РЕЗУЛТАТИТЕ, **СЛЕДОВАТЕЛНО Е НАЙ-ПОЛЕЗНО ДА ПРЕДПРИЕМАМЕ ДЕЙСТВИЯ В ТЕЗИ 20%**

Мариета **Захариева**:

Нова платформа ще свърже бизнеса **С ПАЗАРИТЕ**

Мариета Захариева е изпълнителен директор на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия от февруари 2015 г. Тя има над десетгодишен управленски и административен опит в сферата на международните икономически отношения и бизнеса. Завършила е Колеж по бизнес и финанси към 2-ро СОУ „Академик Емилиян Станев". Има бакалавърска степен по финанси и магистърска степен по маркетинг от Университета за национално и световно стопанство, както и по специалността „Финанси" от Стопанската академия „Димитър Ценов" в Свищов. Работила е на ръководни позиции в Първа инвестиционна банка и в Банка ДСК. Била е изпълнителен директор на Асоциацията на българските износители. Има пет години академичен опит като преподавател в Нов български университет и в Международното висше бизнес училище в Ботевград. Участвала е в реализирането на редица европейски проекти и на инициативи за подпомагане и насърчаване на бизнеса.

ИЗГРАЖДАМЕ ДОБРЕ РАБОТЕЩА СТРУКТУРА ЗА КОМУНИКАЦИЯ И СТАВАМЕ КЛЮЧОВО ЗВЕНО ВЪВ ВЪНШНОТЪРГОВСКАТА ДЕЙНОСТ, УВЕРЯВА ИЗПЪЛНИТЕЛНИЯТ ДИРЕКТОР НА ИЗПЪЛНИТЕЛНАТА АГЕНЦИЯ ЗА НАСЪРЧАВАНЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

автор: **Татяна Явашева**

Г-жо Захариева, повече от година и половина сте начело на Изпълнителната агенция за насърчаване на малките и средните предприятия (ИАНМСП). Какво установихте – кой български бизнес има нужда от насърчаване?

- Малкият и средният бизнес имат нужда от подкрепа и това, което ние правим, е да ги свързваме с големия бизнес у нас и в чужбина. Желанието ни е да изградим дигитална платформа, която максимално да улесни този процес. Едно малко предприятие, което шие ризи например, може да е подизпълнител на голяма компания, но поради липса на контакт между тях да няма взаимодействие. Нашата мисия е да се превърнем в звено, което подпомага тази комуникация и съдейства на бизнеса да стига до повече и по-големи пазари и така обемите на търгуваната продукция постоянно да растат.

- Какво е новото в работата на агенцията?

- Създадохме нови звена. Външните комуникатори отговарят за определени чуждестранни пазари, а вътрешните имат за цел да изградят добра регионална мрежа. Представителите на агенцията обикалят фирмите и събират информация, градят доверие. Когато станах изпълнителен директор, установих, че такива данни не са събирани. Затова си поставихме за цел да създадем карта на малкия и средния бизнес, която дава яснота кои са компаниите, къде се намират, какво произвеждат, на какви пазари работят.

- Пасивната роля на ИАНМСП вече е минало?

- Да. В началото бизнесът ни гледаше много подозрително. Никой не вярваше, че държавен служител отива при тях единствено воден от желанието да помогне. Трябваше бързо да преодолеем това недоверие. Създадохме регионална мрежа и когато някъде в страната имаме събитие, събираме бизнеса за часове. Спечелихме доверието на хората и те се убедиха, че предлагаме надежден канал за информация и комуникация.

- С какво е полезна създадената близост между бизнеса и администрацията в лицето на агенцията?

- Изградихме добре работеща структура за комуникация и взаимодействие у нас и в чужбина. Зад граница Министерството на икономиката има 60 търговски представители, с които работим пряко. Осъзнахме, че има начин, когато някъде има търсене на продукт, който се произвежда в България, информацията бързо да стигне до съответните производители.

- Как стигнахте до идеята да създадете дигитална платформа, чрез която да свързвате пазарите с бизнеса у нас?

- Заедно с моя екип стигнахме до тази идея, когато обикаляйки света, намирахме търсене на продукти и услуги, но липсваше начин тази информация да стигне бързо до съответните производители. Тежеше ми, че има толкова много възможности, а ги изпускаме поради липса на надежден канал за комуникация. Така стигнахме до идеята, ползвайки новостите в информационните и комуникационните технологии, да предоставим на бизнеса възможности, каквито той досега не е имал. Стремежът ни е в наше лице малкият и средният бизнес да усети опора. При работата с чуждестранни партньори често се иска държавата да стои като гарант. Затова стигнахме до идеята да разработим система, която условно нарекохме „Печат за качество“. Фирмите трябва да отговарят на определени критерии, за да може държавата да гарантира за тях – те трябва да са коректни платци, изрядни към държавата и бизнеса, да предлагат качеството на висота. Така агенцията ще се превърне в оторизиран орган, който ще е гарант за българските фирми пред техните потенциални партньори. Бизнесът иска държавата да му помага, но и той трябва да е отговорен към нея. За да създадем нов имидж на България на външните пазари, качеството на продуктите и услугите трябва да е на безкомпромисно високо ниво. Представяме възможностите на нашия бизнес на търговски изложения, панаири, търговски мисии. Планираме презентации на световни b2b форуми и събития. Но създаването на платформата е водещо в нашия дневен ред.

- Избистри ли се вече концепцията за нея – какво да съдържа и каква да е нейната роля?

- Работихме много по създаването по концепцията й. Тя ще има множество функции. Чрез нея ще осъществяваме контакта с всички търговски представители на България в чужбина и с всички наши т. нар. комуникатори, които поддържат връзката с бизнеса. В този канал за връзка ще има много участници. Ролята на всеки трябва да е ясно определена и от това ще зависят и възможностите за достъп. Бизнес асоциациите и браншовите организации също ще са участник. Платформата ще има мобилно приложение и информацията, която е важна за всеки конкретен бизнес, ще се получава автоматично на базата на абонамент. Ако произвеждате чаши и при нас постъпи информация, че някъде по света има такова търсене, вие автоматично ще получите съобщение за това. Платформата ще е обърната изцяло към потребителя и ще е съобразена с неговите нужди. Искаме максимално да помогнем на малките и средните фирми, като им предоставяме пазари, възможности, информация. Държим чрез тази платформа да става обмен и на информация и за обществените поръчки. Разполагаме с различни изследвания и проучвания на пазарите в цял свят, а чрез тази платформа предприемачите и мениджърите ще имат

РАЗРАБОТВАМЕ „ПЕЧАТ ЗА КАЧЕСТВО“, ЧРЕЗ КОЙТО АГЕНЦИЯТА ЩЕ МОЖЕ ДА Е ГАРАНТ ЗА БЪЛГАРСКИТЕ ФИРМИ ПРЕД ТЕХНИ ПОТЕНЦИАЛНИ ПАРТНЬОРИ

Фото **Александър Нишков**

С 5 МЛН. ЛВ. НАЦИОНАЛНИЯТ ИНОВАЦИОНЕН ФОНД ЩЕ ПОДКРЕПИ НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ И РАЗВОЙНИ ПРОЕКТИ. СРОКЪТ ЗА КАНДИДАТСТВАНЕ Е ДО 31 ОКТОМВРИ

достъп до нея. Информацията е предимство, стига бизнесът да разполага с нея.

- Как агенцията се превръща в звено, наистина полезно за бизнеса?

- Агенцията се преобразява бързо и вече няма почти нищо общо с това, което заварих. Имам страхотен екип, който е креативен и с много хъс за работа. Всички ние вярваме в нашата обща кауза и всеки допринася с идеи. Създаваме нов подход във взаимодействието с бизнеса. Систематизираме усилията си и резултатите вече са налице. Имаме звено от седем комуникатори, които отговарят по сектори и следят развитието на пазарите, поддържат връзка със съответните браншови организации и с фирмите. Те имат и задачата да развият регистър на малките и средните предприятия и когато се идентифицира подходяща пазарна възможност, контактът се осъществява бързо. Целта ни е да създадем среда, която подпомага предприемачеството. Наскоро представители от Силициевата долина дойдоха при нас в търсене на добри проекти, в които да инвестират. Агенцията е с малък бюджет, но с големи възможности да е истински полезна.

- Какъв е годишният бюджет?

- Около 500 хил. лв.

- Регистърът на МСП, който комуникаторите правят, само за вътрешна употреба ли е?

- Да, но чрез платформата до него ще има оторизиран достъп, в това число и за журналисти.

- Много функции ще трябва да съчетава тази дигитална платформа…

- Така е. Но продължавам да виждам нови и нови функционалности, които тя може да съдържа. Предвиждам чрез нея да се прави мониторинг и контрол и така да следим какво се случва благодарение на нашата работа. Държа да има проследимост на резултатите, а в момента няма измерител за усилията ни.

- Планувате финансирането да стане чрез европейски проект по ОПИК. Какво финансиране ще е необходимо за разработването на платформата?

- Тя е изключително важна и затова трябва да концентрираме усилия и средства по-бързо да стане факт. Едно участие в изложение или панаир например коства около 500 хил. евро, а в него участват 15-ина фирми. Платформата ще е изключително ефективен инструмент и си струва да се фокусираме върху нея. Изложенията и панаирите са важни, но трябва да се съобразим с чергата си и да насочваме средства и усилия към онова, което носи по-осезаеми резултати.

- Технологиите се развиват бързо, но имате ли информация другаде вече да има подобна платформа?

- Платформата ще ни помогне заедно с малкия и средния бизнес да черпим от удобствата на дигиталната ера. За да не откриваме топлата вода обаче, първо проучихме дали има подобни варианти, на които да се опрем. Установих, че единствено в Япония вече две години работят по въпроса. Този факт ме притесни, тъй като ми се ще при нас доста по-бързо да я пуснем в действие. Дадохме си сметка, че е важно да разработим добре концепцията и това лято се фокусирахме върху нея. Ние сме иноватори и вече има интерес от други държави да ползват този наш опит.

- Налице ли е необходимият IT капацитет за толкова бърза реализация на този замисъл?

- Вярвам, че в България има отлични IT специалисти, които да реализират бързо тази новост. За тях ще е огромно предизвикателство за покажат умения и бързина. Зная, че на нашите фирми малко им трябва, за да успеят. Понякога е нужно само да им отворим вратичката към възможностите и те ще се справят. Те не искат повече от държавата. Когато бизнесът се развива добре, всички ще живеем по-добре. Успехът е заразителен и затова в платформата ще включим и истории на успеха. Ще стимулираме бизнеса да е по-активен и ще даваме награди.

- В какъв срок е реалистично да заработи?

- Да си призная, две години ми се виждат прекалено много време. Платформата трябва по-скоро да е готова. Държа на краткия срок и на качеството, иначе каква иновация ще е.

- Споделете успешен пример от взаимодействието ви с бизнеса…

- С министъра на икономиката Божидар Лукарски бяхме в Париж на среща. Там осъществихме контакт с фирма, която търсеше партньор в България за производство на кожени изделия. Информация за това излезе в медиите. На следващия ден имах участие в бизнес форум в София. При мен дойде бизнес дама, която ми каза, че е прочела това съобщение и идва на форума специално, за да се срещне с мен. Имала фабрика за кожени изделия и иска контакт с френската компания. Двете страни се свързаха и започнаха да работят. Чрез платформата този успешен пример ще се повтори много пъти и ефектът ще се мултиплицира. Така бизнесът отново ще повярва в държавата. Само чрез силна икономика може да постигнем ръст на БВП и повишаване стандарта на живот на хората.

- Какво друго ново да очакват предприемачите?

- В момента правим приемна в сградата на агенцията. Тя ще е многофункционална – там ще се провеждат срещи с представители на държавните институции. Често имаме международни делегации. Това е добър повод да каним представители на бизнеса и за тях вратите на приемната ще са винаги отворени. Другата ни амбиция е в тези поме-

щения да се провеждат различните обучения, които ние и досега организирахме, но наемахме зали. На това място ще правим наши форуми. Така ще оптимизираме разходите.

- Иновациите са другата ключова тема напоследък. Какви са възможностите, които Националният иновационен фонд дава?

- Предвидени са 5 млн. лв. за подкрепа на научноизследователски и развойни проекти до разработката на прототип включително. Срокът за кандидатстване е до 31 октомври 2016 г. Тематичните области, в рамките на които трябва да попадат изготвените проекти, са мехатроника и чисти технологии, информационни и комуникационни технологии и информатика, индустрия за здравословен живот и биотехнологии, нови технологии в креативните и рекреативните технологии. Максималното финансиране за един проект е 500 хил. лв. Въпросът е да насърчим креативността на предприемачите и да дадем тласък в рамките на 18 месеца да излязат нови разработки. В иновациите е шансът за конкурентоспособност на българската икономика.

- Стартиращи фирми може ли да кандидатстват?

- Да, това е новото. Много млади предприемачи нямат смелостта, а и финансирането да реализират идеите си. Досега обаче няма информация какво е станало с проектите, финансирани от Националния иновационен фонд, и как те са допринесли за икономиката. Оттук насетне трябва да има проследимост и за това.

- Как ще се подбират само жизнеспособни идеи?

- Формираме сериозен екип, който ще бъде ангажиран с проектите. Доверяваме се на компетентни експерти да оценят потенциала на идеите. Същевременно ще има постоянен мониторинг, който в рамките на 18-те месеца ще следи напредъка на екипите и ако той е неудовлетворителен, проектът може да бъде спрян и да се наложи връщане на средствата. За нас ефектът е много важен и всеки екип, който търси финансиране, трябва добре да прецени своя потенциал.

- Как ще гарантирате, че „играта“ ще е честна и справедлива?

- Фондът е с изцяло нови правила. Процесът по вземането на решения ще е публичен, ще се следи изкъсо и вярвам, че всичко ще е наред. Опитваме се по най-добър начин да ползваме натрупания опит от европейските програми.

- Как ще гарантирате бързина при разглеждането на проектните предложения?

- Екипът е мобилизиран и в срок най-много от три месеца трябва да е ясно кои проекти са одобрени. Изпълнението им трябва да започне веднага след това.

- Как виждате агенцията след пет години?

- Виждам я изключително добре работеща и полезна. Ще се ползва с доверието както на работещия в България бизнес, така и на чуждестранните партньори.Тя ще си извоюва място на ключово и добре разпознаваемо звено във външнотърговската дейност.

- Тази работа ви коства много време и енергия. А какво ви дава?

- Тя ми дава възможност да разгърна знанията си и да реализирам потенциала си. Чувствам се точно на мястото си.

- Споделете нещо и за себе си, какво правите, когато намерите малко свободно време?

- Обичам да пътувам, обичам природата, ценя изкуството. Обичам адреналина и затова карам ски и яздя.

- На какво според вас се крепи успехът?

- На вяра и на труд – да вярваш в себе си, в идеите си, в хората около теб. Трябва да вярваш в своите ръководители и да ги следваш. Казват, че този, който умее да следва, той може и да води. Всичко се постига с труд и постоянство. Упоритостта е моето най-силно качество. Когато в агенцията започнахме работа по платформата, нямаше човек, който да не ми каже, че няма да стане. Разказах им притчата за глухата жаба. Една жаба си поставила за цел да изкачи висок връх и докато се катерела нагоре, всички й казвали, че няма да успее. Тя обаче продължавала да върви. Стигнала върха, после започнала да слиза надолу. Тогава всички искали да я поздравят, но тя на никого не обърнала внимание. Оказало се, че жабата е глуха – не чула нито онези, които я обезкуражавали, нито тези, които я поздравявали. Затова просто следвала своята цел.

- Как се пазите от грешната стъпка?

- Чрез женската си интуиция. Баща ми ме възпитаваше да гледам няколко стъпки напред, да предвиждам ходовете и да съм подготвена за всичко. От малка комбинирам учене и работа. Имам опит в различни сфери. Но и негативният опит, когато си сбъркал, също е много ценен. Дори и да падна, ставам и продължавам напред.

- Имате ли водещ принцип?

- Всичко е възможно. Няма не мога!

ВСИЧКО СЕ ПОСТИГА С ТРУД И ПОСТОЯНСТВО И **„НЯМА НЕ МОГА!“**

Петър **Андронов**:

ПРОВЕРКИТЕ ДОКАЗАХА, ЧЕ МОЖЕ ДА ИМАМЕ **ДОВЕРИЕ НА БАНКИТЕ**

автор: **Татяна Явашева**

Г-н Андронов, като председател на Асоциацията на банките в България очаквани ли бяха за вас резултатите от проверката на качеството на активите на банките?

- В общи линии - да.

- Какво показаха те?

- Показаха, че банковият сектор в България е стабилен. Отделните въпроси, които има да се решават, са по силите на банките.

- Какви трудности излязоха наяве в резултат на тази проверка?

- Не вярвам да има трудности, които банките да не са знаели. Повечето от казусите, с които те се сблъскват като по-сериозен проблем, датират отпреди финансовата криза. Затова банките нямат кой знае колко нови теми. Тези, които са имали по-бърз растеж по време на кризата, имат да решават определени казуси от периода 2010-2014 г. Но никой не ги е видял за първи път, всеки си ги е знаел. Едва ли са били изненада за някого.

- В такъв случай необходима ли беше тази проверка?

- Аз отправих сериозни критики към властите преди година, когато се вземаше решение за това упражнение, без да има 100-процентова необходимост. И сега се вижда, че резултатите не са изненадващи. Те са във вида, в който се прогнозираше, че ще бъдат. Но все повече в разговорите си с представители на международни институции, с външни наблюдатели и анализатори се убеждавам, че те приемат много сериозно резултатите от проверката и за тях те са надежден индикатор. Очевидно има смисъл от проверката, тъй като в международен план тя е основа за по-голямо доверие, отколкото твърденията на българските власти и на самите банки, че няма сериозни проблеми. Така се придоби по-голяма увереност в стабилността на банковата ни система. Това е ефектът.

- Каква е цената, която банките платиха, за да го има този ефект?

- Трудно е да се измери – става дума за много работа, за допълнителни разходи, намалена концентрация за основните задачи и известно затормозяване на работата с клиентите. Банките финансираха тази проверка и те имат преки разходи за нея.

- Доволен ли сте от показателите на СИБанк?

- Естествено, че съм доволен. В резултат на проверката банката не се наложи да промени нищо. Капиталовата адекватност е изключително силна и висока, за да издържи стрес тестовете.

- Каква е пазарната ситуация в момента по отношение на банковите услуги? Кой е залогът за по-висок растеж?

- Залогът за растеж на печалбите е в по-големите обеми на кредитите, по-големите обеми бизнес, по-активна икономика, повече предприемачи, повече подем в реалната икономика. Този въпрос е като „Ако искаш да отслабнеш, какво трябва да направиш?“. Ясно е, че ако искаш да отслабнеш, спортувай и яж по-малко. По същия начин при банките залогът за растежа е растежът на икономиката, няма друго.

- В българската икономика виждате ли тези условия налице? Има ли по-силен интерес от бизнеса към кредити?

- Не виждам толкова силно изразен интерес на бизнеса към кредити. Но пък има сериозни наченки на траен икономически растеж.

- В момента бизнесът или гражданите проявяват по-силна кредитна активност?

- При икономически растеж винаги интересът първо е по-голям от страна на големите корпорации, после преминава към по-малките предприятия. При гражданите първо се възстановява потребителското кредитиране, а после и ипотечното кредитиране.Това става постепенно, плавно и на етапи. В момента интерес има и в двата сегмента, тъй като когато бизнесът расте, се увеличава заетостта. Това се отразява на платежоспособността на хората и те започват да търсят повече кредити. Но това са азбучни истини. Хубавото, което хората трябва да знаят, е, че се намираме във възходяща фаза на развитие на икономиката, конфигурацията на икономическата структура на стопанството е по-добра. Икономиката става по-модерна и по-устойчива с

СПОРЕД ЕЦБ ЛИХВЕНИТЕ НИВА ОЩЕ ДЪЛГО ВРЕМЕ ЩЕ СА НИСКИ, **НО ЛИХВЕНИТЕ ПРОЦЕНТИ НЕ СА САМОСТОЯТЕЛЕН ФАКТОР ЗА СЕРИОЗНО РАЗДВИЖВАНЕ В ИКОНОМИКАТА**

Петър Андронов е главен изпълнителен директор на СИБанк от 2008 г., а през 2011 г. е избран за кънтри мениджър на КВС Груп за България. От 2008 г. е член на Управителния съвет на Асоциацията на банките в България, а от март 2015 г. е неин председател. Член е на Борда на Европейската банкова федерация. Преди да оглави СИБанк е заемал различни позиции в частния банков сектор и в Българската народна банка. От 2002 до 2007 г. е бил главен директор на управление „Банков надзор„ на БНБ. От 2003 до 2007 г. е бил член на Управителния съвет на Гаранционния фонд и на Инвестиционния комитет на БНБ. В периода 2005-2007 г. е бил наблюдател и член на Европейския банков комитет, на Комитета на европейските банкови надзорници и на Банковия надзорен комитет към ЕЦБ и ЕК. От 1995 г. преподава последователно в УНСС, ВУЗФ и НБУ/МБИ.

Фото: Стоян Йотов

повече разнообразни производства, с по-висока добавена стойност, с по-високотехнологични елементи. Но се сблъскваме с един сериозен проблем – качеството на образованието в България, за да може този растеж да продължи по-дългосрочно. Това е нещо, което интересува хората. Другото, което интересува банките, респективно и хората, е, че според Европейската централна банка лихвените проценти още дълго време ще продължат да са ниски. Това означава, че лихвените проценти в България ще продължат да се приближават към ниските лихвени нива в най-напредналите страни.

- В такъв случай за бизнеса не е ли по-добре да се възползва от тази ситуация?

- Разбира се, че е добре. Но бизнесът не чака ние да му кажем кога да е активен. Той сам преценява дали лихвените проценти са основният му мотив. Лихвените проценти нито за хората, нито за бизнеса са основен фактор при търсенето на кредити. Те са нищожна съставка на техните разходи. В техните проекти не е решаващо дали лихвеният процент ще е 3% или 4%, за да пристъпят към такова начинание. По-важно за бизнеса е, че има икономически растеж в България и в Европа, това е характерно за повечето ни търговски партньори - с изключение на Турция, частично и на други дестинации. При повечето търговски партньори на българския бизнес ситуацията е благоприятна, което означава, че има условия за спокойно предприемачество и за по-големи инвестиции. Така че това не се диктува от лихвените проценти. Преди кризата те бяха доста по-високи и имахме 70% ръст на кредитния портфейл. Сега са много по-ниски и имаме нулев ръст. Ето защо лихвените проценти не са самостоятелен фактор за сериозно раздвижване в икономиката. По-скоро фактор е общата стабилност и спокойствие, дългосрочната предсказуемост на всички параметри в икономиката. Това е то, което ще движи растежа.

- Какво се очаква да правят политиците, за да може средата да предразполага към подем на икономиката?

- Хубавото, което продължават да правят, и ние винаги сме го приветствали - че държат на финансовата и на бюджетната дисциплина - основно в двете направления държавен дълг и балансиране на бюджетите. Стабилните данъчни ставки са позитивен аргумент, както и стабилността на валутния борд. Много пъти повтаряхме, че искаме дългосрочен акцент в работата на политическата класа да е реформата в съдебната система, подобряване качеството на правораздаването и спазването на законите. Непосредствен приоритет трябва да е подобряване качеството на образованието. Това, което нашата образователна система произвежда, са хора, които в много малка степен са подготвени и в още по-малка степен са подготвени за това, което икономиката търси - и от средното, и от висшето образование.

БЕДИТЕ ЗА „ДОЙЧЕ БАНК" **НЯМАТ КРАЙ**

автор: **Бисер Манолов**

През последните години в банковия сектор в Европа се проявяват все повече проблеми, трупани десетилетия. В началото на този век болшинството от регулаторните органи считаха, че секторът е достигнал съвършенство в уменията си да се саморегулира. Най-големите противници на т. нар. „базелски стандарти" за капиталова адекватност на банките бяха американските надзорни органи. След финансовата криза през 2008-2009 година всичко се обърна с краката нагоре. Банкерството стана мръсен бизнес в съзнанието на обществото. Всички обвиняваха съсловието, отпускащо кредити, за всичко. Изведнъж надзорните органи осъзнаха колко са изостанали в практиките си по оценка финансовата стабилност на банките. Традиционно всяка една система в условия на криза се люшка от едната крайност в другата. Финансовата система след събитията от 2008-2009 година не направи изключение. Започна процесът по изпускане на кръв на банковите институции. Те, разбира се, отговориха подобаващо и мигновено затегнаха кредитирането, което изправи света пред нови сътресения в периода 2011-2012 година. Започнаха т.нар. „стрес тестове", които трябваше да покажат на обществото, че надзорните органи държат нещата под контрол с банковия сектор. Банковото съсловие отново бе подложено на силен натиск. Точно в този период започнаха да изплуват на повърхността и колосални фундаментални проблеми в сектора.

През този период обществото научи, че най-голямата германска банка „Дойче Банк" има експозиция в кредитни диривативи, надхвърляща 70 трилиона долара. Разбирате ли за какво става дума – 70 трилиона долара! Само за сравнение бих споменал, че светът произвежда стоки и услуги в рамките на една година в размер на 73 трилиона долара. Това е сума, която надвишава близо 20 пъти брутния продукт на Германия и надхвърля 5 пъти това, което се произвежда в рамките на една година в еврозоната. Бих желал да поясня, че финансовите деривативи представляват такъв вид финансови операции, при които няма реална доставка на търгувания актив, а на падежа само се доплаща или получава разликата спрямо текущата пазарна цена. Както казва един от най-големите инвеститори на съвремието: „Финансовите деривати представляват оръжие за масово унищожаване". До този момент никой не обръщаше внимание на тази огромна експозиция на „Дойче Банк", защото тя винаги е минавала за нещо като еталон в правенето на банков бизнес. В един момент се оказа, че размерът на поетия риск от страна на банката е чудовищен. Капиталът й е в размер на 36 млрд. евро. Според мениджмънта, чудовищната експозиция в деривати е 100% застрахована и от тази гледна точка банката не е подложена на какъвто и да е риск. Така ли? Точно този вид обяснения, които по-точно бих охарактеризирал като „перчене", доведоха до фалита на един от най-големите хедж фондове в света в края на миналия век – Long Term Capital Management. В управителния съвет на този фонд фигурираха имената на двама носители на Нобелова награда по финанси. Те също смятаха, че са 100% застраховани срещу риска...

В началото на последната седмица на септември се появи информация, цитирана първоначално в немското спи-

сание „Фокус“, че Ангела Меркел изключва вероятност германското правителство да окаже каквато и да е финансова помощ на „Дойче Банк“. Тази информация явно има връзка с поисканото от Министерството на правосъдието на САЩ обезщетение от 14 млрд. долара от банката във връзка с нередности в търговията с ипотечни ценни книжа. Да, явно проблемите за „Дойче Банк“ нямат край.

Вследствие на цялата тази „каша“ акциите на банката потънаха до 10.60 евро, което е исторически най-ниското ниво, откакто книжата са качени за търгуване на борсовата платформа Xetra през 1992 година.

Според официалното становище на финансовата институция, банката ще се справи сама с всички проблеми, и то не за сметка на акционерите. Аз лично нямам идея как това ще стане. Явно членовете на управителния съвет на банката са измислили някакъв нов финансов инструмент от типа „и вълкът сит, и агнето цяло“. Да, обаче големите финансови акули изобщо не вярват на настоящото управително тяло. Бе публикувана информация, че няколко хедж фонда са започнали активно да заемат къси позиции в акции на банката, което означава, че книжата ще продължават да поевтиняват.

Казусът „Дойче Банк“ бе използван и от италианския премиер Матео Ренци, който през последните седмици активно брани интереса на италианските банки пред европейските надзорни органи. Според него, без да назовава конкретно името на банката, „Европа има наистина проблеми с дериватите. Проблемите на италианските банки с лошите кредити са минимални в сравнение с тези, които някои европейски банки имат със своите експозиции във финансови деривати“. Да, като нищо „Дойче Банк“ може да стане чисто политически проблем. Меркел няма амуниции за стрелба по казуса „Дойче Банк“. През следващата година предстоят парламентарни избори и това е най-малкото, за което тя би желала да бъде обвинявана. Ситуацията е, меко казано, „сложна“.

Безспорно е, че тази експозиция на „Дойче Банк„ е чисто спекулативна. Представяте ли си? Многотрилионна спекулативна позиция на европейска търговска банка. Явно европейските надзорни банкови органи са проспали нещо фатално. Всичко щеше да бъде наред, ако банката не беше една от най-големите по отношение на депозитната база в Европа. Интересно, нали? Само че за финансистите, които знаят за какво става въпрос, нещата не са никак интересни, а плашещи.

ОСВЕН ВЪВ ФИНАНСОВ, БАНКАТА МОЖЕ ДА СЕ ПРЕВЪРНЕ И В **СЕРИОЗЕН ПОЛИТИЧЕСКИ ПРОБЛЕМ**

ЛЕГЕНДАРНИТЕ БАНКЕРИ

автор: **Владимир Митев**

Правителствата идват и си отиват. Но често управителите на централни банки остават на своя пост независимо от политическите промени. Земната власт може и да е преходна, но финансовата като че ли има други, метафизични корени…

Световната история на финансовото управление помни много „дълголетници“ в гуверньорското кресло. В съседна Румъния Мугур Исъреску управлява националната банка от 1990 г. насам, като прекъсва само за една година през 1999-2000 г., за да стане… премиер. Очевидно е, че неговата личност е особено влиятелна и има своята важна роля в румънския преход, а и днес.

ДЪЛГОЛЕТНИЦИ НАЧЕЛО НА ЦЕНТРАЛНИТЕ БАНКИ ИМА **КАКТО В ЗАПАДНИТЕ ДЪРЖАВИ, ТАКА И НА ИЗТОК** - НАПРИМЕР В СЪСЕДНА РУМЪНИЯ И В САУДИТСКА АРАБИЯ

Най-дългогодишният гуверньор след Втората световна война обаче все още е… саудитец. В продължение на 26 години – между 1983 г. и 2009 г., Хамад Ал-Саяри е начело на Саудитската монетарна агенция – както се нарича централната банка в петролното кралство. Дългото задържане на върха се среща по-често при саудитците. Техният външен министър Сауд бин Файсал остава на поста си между 1975 г. и 2015 г. и така поставя рекорд в световен план.

С любопитни факти е свързан и животът на дългогодишния управител на Федералния резерв Алън Грийнспан. През голяма част от 19-те години на своето ръководство за него се говореха суперлативи. Разследващият журналист Боб Удуърд, прочул се с разкритията си около аферата „Уотъргейт“, наричаше Грийнспан Маестрото. Но световната икономическа криза, започнала през 2007-2008 г. – скоро след оттеглянето на финансиста, разкри, че водената от него политика е имала слабости и е създавала балони в различни финансови сектори.

Към списъка с гуверньори, оставили отпечатък върху съвременните финанси, може да бъде добавен и управителят на британската централна банка Мървин Кинг. Той заема поста си между 2003 г. и 2013 г. и всъщност превежда страната през трудните моменти на световната икономическа криза, така че икономиката на Острова нараства с 2,9% през 2014 г. и с 2,3% през 2015 г. – доста над анемичните нива, демонстрирани от еврозоната. Комбинацията от експертност в икономическите въпроси и от постижения по време на ръководството му позволява на Кинг да остане авторитетно име в световните финанси и след като напуска Bank of England. Тази година той неколкократно предупреждава за опасностите пред централните банкери и глобалната икономика.

Мугур Исъреску

Румънската централна банка може да няма толкова висок рейтинг на публично одобрение, колкото имат институции като пожарната, жандармерията или антикорупционната прокуратура. Но нейното влияние в румънската политика е особено голямо. Правителствата по правило се съобразяват с препоръките ѝ и рядко дръзват да ѝ се противопоставят. За тази значима роля важен принос има и управителят на банката.

Роденият през 1949 г. Мугур Исъреску завършва Академията по икономически науки в Букурещ. Следва кариера като научен работник в Института за световна икономика в румънската столица. Преди 1989 г. Исъреску специализира в Щатите.

Когато стават промените, икономистът застава начело на централната банка. Под давлението му се извършват реформи, които задвижват пазарната икономика в Румъния. Отново с неговото име, но в качеството му на премиер през 1999-2000 г., се свързва поемането на курс за присъединяване към ЕС. Исъреску извършва деноминация на румънската валута през 2005 г. През последните години държи в общи линии постоянен курс на леята спрямо еврото.

По принцип Исъреску и самата национална банка са уважавани и свързвани винаги с експертност. Но в последно време банката е под атаки на различни фронтове. Въпреки нейната съпротива парламентът прие закон за личния фалит, за който списание „Икономика“ писа в броя от юли т.г. Вицегуверньорът Богдан Олтяну бе арестуван в края на юли за търговия с влияние. През август медийни публикации биха тревога, че централната банка не се управлява прозрачно, а Исъреску получава незаслужено висока заплата. Наложи се банката в специално изявление да подчертае, че атаките срещу нея не са аргументирани. Самият Исъреску разкри какъв е месечният му доход – 13 600 евро.

Казусите около румънската централна банка показват, че на север от Дунава все по-малко хора и институции са с ореол на недосегаемост. Но независимо от това Исъреску остава голям авторитет. Той е член както на Трилатералната комисия, така и на Римския клуб – експертни общности, събиращи представители на елита в международен план. Нищо чудно, че не бърза да се оттегля от финансовото управление. Исъреску продължава да е начело на банката вече две години, след като трябваше да се пенсионира…

Хамад ал-Саяри

Начинът, по който саудитските държавници от предишните поколения са се задържали на постовете си десетилетия, подсказва, че в Саудитска Арабия обществото се променя бавно и балансът между интересите изглежда устойчив. Ако това важи за политиката, то по време на 26-годишното си управление Хамад ал-Саяри модернизира саудитските финанси.

Гуверньорът завършва икономика в Университета в Мериленд, САЩ. През 1980 г. става генерален директор на Саудитския фонд за индустриално развитие, като в същото време е и генерален секретар на Фонда за публични инвестиции. Три години Ал-Саяри оглавява SAMA - Саудитската монетарна агенция, и се превръща в най-

Мървин Кинг

С ъс своите десет години начело на Bank of England Мървин Кинг остава по-назад в класацията по дълголетие на върха. Независимо от това той е влиятелна личност в общността на световните финансисти и управители на централни банки.

Също като Грийнспан, Кинг е обвиняван за своите действия и бездействия, довели до появата на балони – във Великобритания в цените на недвижимите имоти, които са провокирали последващите сътресения. Самият бивш британски гуверньор е убеден, че с действията си по време на кризата той и неговите колеги по света са предотвратили нова Голяма депресия.

Още докато е начело на британската централна банка, Кинг заема критични позиции спрямо частните банки. Заявява, че гневът на хората срещу техните действия е „реален и напълно разбираем“, както и че финансовите институции са поставили приоритет на „печалбите вместо на хората“. Водещите британски банки предупреждават към края на управлението на Кинг, че искат за управител на централната банка „по-малко враждебна“ фигура.

„Без реформа на финансовата система със сигурност ще има нова криза. Провалът в справянето с неравновесията в световната икономика прави подобна криза вероятна в близко, а не в далечно време“, пише Кинг в началото на 2016 г. в своята книга „Краят на алхимията: парите, банкерството и бъдещето на глобалната икономика“.

Подобно мнение не може да бъде игнорирано. Защото идва не от кого да е, а от дългогодишен управител на централна банка. Има ли висш държавник, който да знае повече от гуверньорите?

дългогодишния управител на централна банка в света. Днес само Мугур Исъреску оспорва първенството му в това отношение.

Управлението на Ал-Саяри е период на модернизация за саудитските финанси. През 1990 г. е създадена платежна система, която цели да насърчи електронните транзакциите между банките. От 1999 г. SAMA започва да контролира и компаниите, които извършват лизинг. През 2003 г. в прерогативите на саудитската централна банка попада и наблюдението на застрахователния сектор.

Ал-Саяри с гордост отчита през 2007 г., че благодарение на реформи, подкрепяни и от него, Саудитска Арабия е станала 27-ма по лекота на правене на бизнес в света. В същото време високите приходи от нефта позволяват дългът на страната да спадне от 82% от БВП през 2003 г. до едва 27,4% през 2007 г. – две години преди края на мандата на гуверньора.

До края на управлението си Ал-Саяри се стреми да насърчава диверсификацията на саудитската икономика. „Имаме ясна визия, че Саудитска Арабия ще стане индустриален хъб в региона“, заявява той и посочва някои от конкурентните предимства на страната му – изобилието от енергия, лесния достъп до глобалните пазари и нарастващите партньорства между частни компании и публични институции. Амбицията петролното кралство да бъде индустриална и научна сила остава първостепенна по важност и за днешните саудитски управници, които, притиснати от ниските цени на нефта, обявиха мащабни планове за диверсификация на икономиката.

Алън Грийнспан

На младини Грийнспан обича да свири джаз. В гимназията роденият през 1926 г. американец забива на кларинет заедно с един от основните музиканти в стила „боса нова“ и свой съученик – саксофониста Стен Гец. Между 1943 г. и 1944 г. Грийнспан учи в консерваторията „Джилиард“ в Ню Йорк кларинет. По онова време се изявява в бенда на Уди Херман, известен с експериментите си в областта на джаза. Там свири и Ленърд Гармънт, който по-късно ще стане специален съветник на президента Никсън. В гимназията пък съученик на Грийнспан е Джон Кенеди.

Навярно тези преплитания между хората на изкуството и политиците в Ню Йорк помагат на младия кларинетист да се преориентира към икономиката. Светът губи един джаз музикант… и получава консултант, а покъсно и управител на централна банка, считан от мнозина за знаменитост.

Грийнспан е известен член на либертарианския кръг около прочутата писателка Айн Ранд. Той е неин близък съмишленик до смъртта ѝ през 1982 г. Но макар че винаги е имал имиджа на привърженик на свободната пазарна икономика, за мнозина либертарианци да работиш във Федералния резерв е анатема, тъй като се поставяш в служба на държавата и на нейните институции, които извиват „невидимата ръка“ на свободната търговия.

Действията на Грийнспан са критикувани и по негово време, и днес от различни посоки. Джордж Буш-старши например го обвинява, че със своята политика финансистът е попречил на преизбирането му като президент през 1992 г. Спечелилият Бил Клинтън преназначава Грийнспан начело на Фед. Смята се, че покачванията на лихвените проценти през 2000 г. водят до срива в цената на интернет компаниите. Привърженикът на Айн Ранд е считан заради политиката си от някои и за един от основните виновници за настъпването на световната икономическа криза и последвалата финансова нестабилност.

Самият Грийнспан се сравнява в своята биография от 2007 г. с античния грък, дал на света фразата „Еврика“ заради неочаквано направено свое откритие: „И до днес банята е мястото, където откривам най-добрите си идеи. Моите асистенти са свикнали да печатат чернови, които съм писал на влажни листове хартия. Потопен във ваната си, аз съм щастлив като Архимед, който разсъждава за света.“

Финансистът продължава да има шанс да мисли глобално. След напускането на Федералния резерв той работи като съветник за различни финансови компании в САЩ и в Европа…

ХОРАТА ЛИ СА **СПИРАЧКА** ЗА РАСТЕЖА

автор: **Георги Георгиев**

Наблюдатели, които следят статистическите данни, видяха негативни сигнали за заетостта в IT индустрията, която започва да изпитва сериозен недостиг при наемането на кадри. Има спад на заетите в IT бизнеса през второто тримесечие и това е може би първият сигнал за достигането на „точката на пречупване“ на този пазар, твърдят от Института за пазарна икономика. Неговите анализатори, но и не само те, предупреждаваха, че тази точка скоро ще бъде достигната заради хроничния недостиг на кадри, масово практикуваната „кражба“ на служители и бързия ръст на заплатите в този сектор. Все пак на фона на негативния обрат в IT бизнеса друг водещ сектор в създаването на заетост – аутсорсинг индустрията, продължава да разкрива работни места, се казва в същата публикация на ИПИ, макар в немалко случаи аутсорсинг компаниите да са от IT сектора.

Така или иначе, обезпокоително е, когато която и да е индустрия започва да се задъхва единствено заради липсата на работна ръка. IT компаниите, също и аутсорсинг индустрията, се нуждаят от висококвалифицирани специалисти, а такива компетенции и умения не се изграждат бързо и лесно. Там и преквалификацията не става от днес за утре. Процесът е подълъг и той започва още от училището, пренася се на студентската скамейка и не спира дотук, а развитието и усъвършенстването продължава и нататък, тъй като технологиите динамично се развиват и в тази сфера ученето през целия живот е задължително. Бизнесът създава академии

и центрове за обучение и пое в свои ръце квалификацията и преквалификацията, но държавата не бива да абдикира от този процес. Тя трябва да е близо до компаниите и максимално да им съдейства, особено когато става дума за сфера с висока добавена стойност, която има и относително най-голям принос с високите данъци и осигуровки, които плаща. А и с имиджа, който създава на страната като място, където технологиите вреят добре. Винаги е звучало примамливо България да се превърне в Силициева долина на Балканите, имаме потенциал за това, но се искат твърде много целенасочени усилия и от страна на държавата. За съжаление големите амбиции останаха повече на думи. И ако сваляме летвата, за да е по-лесно, то нека поне не позволяваме недостигът на кадри да виси като дамоклев меч, който спира развитието.

Потърсихме мнението на двама представители на IT индустрията и на аутсорсинга в сферата на технологиите, за да кажат кое ограничава растежа.

ЗА НАШАТА СТРАНА ВИНАГИ Е БИЛО ПРИМАМЛИВО ДА СЕ ПРЕВЪРНЕ В ТЕХНОЛОГИЧЕН ЛИДЕР НА БАЛКАНИТЕ, НО ИНСТИТУЦИИТЕ СА ДИСТАНЦИРАНИ ОТ ТЕЗИ АМБИЦИИ

Стамен **Кочков**, председател на БАСКОМ и вицепрезидент на "САП Лабс България":

Липсата на достатъчно специалисти е таван в развитието

В края на август се появиха няколко публикации, цитиращи Евростат, в които се казваше, че има спад на заетите в IT индустрията с 4,1 хил. Опитах се да проверя информацията, но за съжаление не успях. Ще се радвам да бъдат ясно цитирани точните проучвания и статистики. Това, което мога да кажа, е, че специално за софтуерната индустрия няма такива индикации и фирмите продължават да търсят и наемат специалисти според това, което позволява пазарът на работна ръка. За последните 10 години индустрията е нараснала 5 пъти като приходи и достигна 1 млрд. долара. Това като принос към държавната хазна е около 250 млн. лева данъци за 2015 г. В проценти имаме устойчив двуцифрен растеж година за година и тенденцията е да продължава така.

Въпросът с развитието на IT бранша и колко ще продължава е като философския спор „яйцето или кокошката“ – кое е първо? Съответно - кадри или развитие? Основният проблем за компаниите в бранша си остава липсата на квалифицирани специалисти - ако има повече специалисти, темповете на развитие ще се увеличават. Ако се развиваме, ще има повече работни места. А ако няма кадри, с които да ги запълним, не можем да се развиваме. Фирмите в голямата си част (65%) са ориентирани към външни пазари и все повече от тях произвеждат и продават собствени продукти и услуги с висока добавена стойност. Но независимо от естеството си на основна дейност, таванът е липсата на достатъчно работна ръка. Според проучването „БАСКОМ Барометър“, направено преди две години, ако имаше достатъчно специалисти, индустрията би могла да нарасне 3 пъти в рамките на 5 години (като брой хора).

Секторът, разбира се, не стои със скръстени ръце и търси начини да запълни празнината. В последните години се създадоха над 30 т. нар. академии, които преквалифицират мотивирани хора, независимо от текущата им квалификация, и ги пренасочват към индустрията в сравнително кратки срокове. Това е много положително, защото помага за намаляването на безработицата и пренасочва работна ръка към индустрии с висока добавена стойност като нашата. Друга краткосрочна мярка е да се използват пълноценно „сините карти“, с помощта на които в краткосрочен аспект бихме могли частично да си помогнем. Там има още доста какво да се желае, въпреки някои облекчения по процедурата. Въпреки премахването на пазарната проверка за нашите специалности, все още са необходими средно над 3 месеца, което силно затруднява компаниите. Целта е да достигнем Германия, където това отнема 4 седмици, и те съответно приемат десетки хиляди специалисти на година, докато ние сме все още в рамките на десетки, а не хиляди.

Това все пак е краткосрочна мярка и не можем да разчитаме на обемите, от които имаме нужда, затова основно се фокусираме в образователната система. По-голямата част от фирмите в бранша са в постоянни и близки взаимоотношения с университетите и висшите училища. БАСКОМ в последната година насочи усилията на членовете си в средното образование, като желанието ни е да създадем центрове за обучение за младежите от IX до XI клас в цялата страна. Целта е до 5 години да имаме 6000 завършили специалисти на година, подготвени да започнат като младши програмисти в индустрията. Учебната програма е готова и се съгласува със съответните институции, като продължаваме с разработването на съдържанието на учебните предмети. Тези дейности се финансират от членовете на БАСКОМ и планът е да започнем пилотно с 3-4 центъра в различни части на страната. Имаме подкрепата на Министерството на транспорта и информационните технологии, както и на Министерство на образованието и науката. Очакваме да подпишем меморандум, с който държавата да поеме дългосрочен ангажимент за създаването и финансирането на общо 20 центъра из цялата страна.

БАСКОМ ПЛАНИРА ДА СЪЗДАДЕ ЦЕНТРОВЕ ЗА ОБУЧЕНИЕ ЗА МЛАДЕЖИ ОТ 9 ДО 11 КЛАС В ЦЯЛАТА СТРАНА И АКО ДЪРЖАВАТА НИ ПОДКРЕПИ, ТЕ ЩЕ СА НАД 20 НА БРОЙ

Пламен **Цеков**, съосновател и изпълнителен директор на ScaleFocus:

Има нови разбирания за работно място

IT индустрията определено не е стигнала тавана в своето разрастване в България. В следващите няколко години очакваме средният ръст от 20-25% да се запази. Тази индустрия не спира да създава нови работни места - напротив, наблюдава се процес как работните места сами по себе си започват да произвеждат по-високопрофилни позиции.

Но какви са спирачките пред ускореното развитие на този бизнес? Факт е, че в България капацитетът на човешкия ресурс е ограничен и фирмите трябва да обръщат повече внимание на стойността на услугата, която предоставят. Все повече ще е валидно твърдението, че тези, които успяват да доставят по-високата услуга, ще спечелят, а другите ще загубят. Бизнесът трябва да разбере разликата между вчерашните и днешните разбирания за работно място. И когато говорим за работа с повече добавена стойност, не трябва да наблягаме само на техническите умения. Трябва да се има също предвид, че развитието на вътрешния потенциал не е бърз процес. Нужна е голяма инвестиция и търпение, за да може да се отключат възможностите във всеки специалист и те да бъдат развити. Важното е да намерите хората, които да усетят и да знаят как да откреснат вратата на кадрите ви.

България е изправена пред демографски проблем от средата на 90-те години на миналия век. Внедряването на чужди специалисти би могло да подобри ситуацията в краткосрочен план. В дългосрочен план стои въпросът как да направим страната ни по-привлекателна за хората, които да работят за български компании в България. По тази тема се шумя много в последната година, но има още много какво да се прави. Държавата все още се бави и не се е стигнало до напредък в казуса с въвеждането на т.нар. сини карти, особено в интегрирането след пристигането в страната с всички необходими публични системи. Държавните институции трябва да се ангажират с изчистването на бюрокрацията, така че страната ни да стане привлекателна за живеене и за българи, и за висококвалифицирани чужденци. По този начин ще намалим така наречения проблем от 90-те с „изтичането на мозъци“ – даже обратно, нека да направим „мозъците“ да искат да живеят в България и да работят за българската осигурителна, здравна и данъчна система.

ДА НАПРАВИМ БЪЛГАРИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛНА ЗА РАБОТА И ЗА ЖИВЕЕНЕ И ЛЕСНО ЩЕ РЕШИМ ПРОБЛЕМА С НЕДОСТИГА НА КАДРИ

Артур **Туремка**, генерален мениджър на Mastercard за Балканите:

ЕЛЕКТРОННИТЕ ПЛАЩАНИЯ ОГРАНИЧАВАТ СИВАТА ИКОНОМИКА

автор: **Веселин Петров**

Г-н Туремка, как електронните плащания могат да спомогнат за намаляване на сивата икономика?

- Сивата икономика е ключов въпрос в много страни от Централна и Източна Европа, където преобладават кешовите разплащания. Според доклад на Европейската комисия през 2014 г. ЕС е загубил над 160 млрд. евро от ДДС. Това показва, че ефективната система за събиране на данъци е от първостепенно значение за повишаване на събираемостта на данъци и подобряване на възвръщаемостта на ДДС за правителствата. Намирането на подходящите решения невинаги е лесно, нужни са експертни познания и силна политическа решимост. Важно е бизнесът също да бъде част от този процес. С развитието на електронните разплащания Mastercard започна да работи с правителствата по целия свят, използвайки своята експертиза за намирането на работещи решения. Сивата икономика засяга ежедневието ни и води главно до по-ниски държавни инвестиции в ключови сфери като образование и здравеопазване. С цел да се справим с това предизвикателство поръчахме на EY да проучат сивата икономика в 8 страни от Централна и Югоизточна Европа (вкл. България). Използвахме нова методология: във фокуса ни бяха недекларираните касови операции и как да ги намалим, защото наблюдаваме една и съща корелация между нивото на пари в брой и размера на сивата икономика – колкото повече е кешът, толкова по-голяма е сивата икономика. През 2015 г. представихме резултатите от проучването, според което сивата икономика в България през 2014 г. е малко над 17% от БВП. Очертахме и набор от специфични мерки, които вече се прилагат в световен мащаб и са доказано ефективни. Някои от тях са въвеждането на картови плащания в нови области, включително публични институции и малки и средни предприятия; въвеждане на стимули за търговците и потребителите за използване на електронни плащания; понижаване на прага за касови операции; електронното плащане на пенсии и социални помощи; заплати и други, насочени към намаляване на дела на непрозрачните касови сделки на пазара.

- Възможно ли е пълно премахване на сивата икономика чрез електронните плащания?

- Това далеч не е толкова лесно, процесът е дълъг и комплексен. Изследването разграничава два вида сива икономика според причинно-следствената връзка между кеша и сивата икономика. В първия тип, активната, използването на пари в брой е резултат от сивата икономика (6.7% от БВП). Тук двете страни на сделката са се съгласили да я скрият. Електронните плащания не могат да преборят активната сива икономика. Тук важни са съзнанието на страните във финансовата операция и по-строгият контрол и проверки от страна на държавата и нейните органи, по-нататъшното усъвършенстване на трудовото законодателство и т.н.

При втория тип сива икономика, пасивната (10,4% от БВП), причина за която са парите в брой, електронните плащания са ефикасен механизъм за противодействие. Като цяло е необходима промяна в културата на плащане у пазарните участници с цел подобряване на икономическата среда. Едно от предимствата на електронните плащания е, че винаги има доказателство за сделката, което е важно за политиката за връщане, гаранция, застраховка и т.н. Предимство на приемането на електронни плащания от фирмите и звената, работещи с пари в брой (като пощенските клонове напр.), е по-голямата сигурност, тъй като се намалява вероятността за обири и грабежи.

- Какви са възможните решения и тяхното потенциално въздействие върху нивото на сивата икономика в България?

- Основната цел е прозрачност на плащанията. Пазарите със зрели електронни разплащания разполагат с инфраструктурата, с която съответните институции да проследяват плащания, независимо дали на имуществени данъци, сметки за комунални услуги или за храна, да регистрират финансовите потоци и да събират дължимите плащания. Mastercard има добри практики във всички от изброените по-горе области както с правителствата, така и с бизнеса. Пример от България са мобилните ПОС-терминали в такситата на Йелоу 333 с предплатени бизнес карти – чудесен инструмент за малките и средните предприятия да приемат плащания и да имат незабавен достъп до своите средства. Правителствата имат прозрачност на паричните потоци, а клиентите могат да плаща по-сигурно, по-бързо и удобно.

Наскоро беше представено друго решение в областта на плащания за обществения транспорт. Безконтактните карти DEBIT Mastercard на „Общинска банка“ могат да се използват не само като инструмент за плащане, но и като карта за метрото. Изпълнението на електронни платежни решения в отрасли, където преобладават разплащанията в брой, като транспорта, е добра стъпка в борбата със сивата икономика.

Общата цел на тези мерки е да насърчат използването на безкасови плащания като ефективен, удобен и по-безопасен начин и работещ механизъм в борбата срещу сивата икономика. Те целят да рационализират операциите за търговците и бизнеса и да помогнат на правителствения сектор да има по-модерен и всеобхватен контрол върху финансовите потоци.

Правителствата трябва да създават законодателната рамка, която да допринесе за по-лесното и по-бързо изпълнение на такива проекти. За щастие в България виждаме силен ангажимент от страна на държавните институции да водят борба срещу сивата икономика. Предложението на Министерството на финансите за данъчни облекчения за граждани, които получават годишните си доходи по банков път и харчат 80% или повече от тях по електронен път, е важна стъпка в правилната посока, както и инициативата всички обществени служби и съдилища да приемат платежни карти с цел по-бързи и удобни разплащания. В България приблизително девет от всеки десет човека имат банкова карта, която ползват активно и за разплащания. Разширяването на мрежата за приемане на електронни плащания сред малките и средните търговци е друга мярка, която трябва да бъде разгледана и подкрепена чрез законодателни промени, ако е необходимо.

Mastercard ще продължи да работи съвместно с българското правителство, фирмите и потребителите в борбата срещу сивата икономика. Това е единственият начин да се гарантира икономическото развитие и растеж на страната и благоденствието на обществото.

MASTERCARD РАБОТИ С ПРАВИТЕЛСТВАТА И ФИРМИТЕ ЗА **ПРЕДОСТАВЯНЕ НА ИНОВАТИВНИ РЕШЕНИЯ НА ПРОБЛЕМА**

Кристофър **Карингтън**, главен изпълнителен директор на ServiceSource International:

ИСКАМЕ ДА СМЕ ПИОНЕРИ В УПРАВЛЕНИЕТО НА ЗНАНИЕ

ПОМАГАМЕ НА НАШИТЕ КЛИЕНТИ ДА ЗАПАЗЯТ И ПОВИШАТ ПРИХОДИТЕ СИ

Кристофър Карингтън е главен изпълнителен директор на международната компания ServiceSource International - лидер в областта на бизнес решенията за запазване и увеличаване на приходите. Карингтън разкри пред списание „Икономика" плановете за новооткрития глобален център на компанията в София.

автор: **Илия Лазаров**

Г-н Каригтън, върху какво е фокусирана дейността на ServiceSource International?

- ServiceSource е глобална компания. Имаме 11 офиса в 8 държави по цял свят и над 3000 служители. Обслужваме клиенти на повече от 40 езика. Компанията ни предоставя различни услуги и технологични решения на ниво бизнес-бизнес, фокусирани върху запазване и ръст на приходите на нашите клиенти. Помагаме на нашите клиенти с целия жизнен цикъл на клиентите им – от привличането на нови потребители, през помощ да свикнат с употребата на предложените продукти и услуги, до предложения за кръстосани продажби и продажби на продукти от по-висока категория. Това способства за удължаване на отношенията помежду им. Обслужваме повече от 75 големи световни технологични компании като VMware, Dell, Microsoft, Red Hat и много други.

- Защо избрахте да инвестирате в България?

- Българската столица е страхотна възможност за нас. София ни предоставя достъп до напълно нов трудов пазар – млади, енергични, висикообразовани и висококвалифицирани кадри, които ще допринесат за развитието ни с владеенето на разнообразни езици. Тъй като сме глобална компания, обслужваме клиенти на 8 езика от офиса ни в София, а в бъдеще планираме да ги разширим до 15. Сред тях са немски, испански, полски, руски, арабски.

В България вече има достатъчно компании, които се занимават с управление на бизнес процеси. Нашата дейност поскоро е свързана с управление на знание, затова и наемаме служители, чийто основен капитал е знанието. Възползвахме се от чудесната възможност да привлечем най-добрите кадри в управлението на бизнес процеси, да развием уменията им, да им дадем шанс за възходящо кариерно развитие. Знаем, че езиковият талант е тук, че възможностите са страхотни. Искаме да бъдем първата компания на българския пазар, занимаваща се с управление на знание, и да се възползваме от това.

- В кои други страни оперирате?

- Централата ни е в Сан Франциско, САЩ. В Америка имаме офиси и в Нашвил, Денвър и Сиатъл. В Азия работим в Япония, Малайзия, Сингапур и Филипините. В Европа имаме центрове в Ирландия, Великобритания, а сега и в България.

Офисът в София е първият на компанията в континентална Европа и това е голяма крачка за нас. Локацията ни дава възможност да работим в нова часова зона, чрез която по-успешно да обслужваме глобалните ни клиенти. Съчетано с езиковите умения на нашите служители тук, това ни предоставя страхотен шанс. Смятаме да се възползваме от него.

- Как оценявате бизнес средата в България?

- Бизнес средата е много гостоприемна, особено за световни компании, навлизащи на българския пазар. Най-големият й плюс са младите и образовани хора, които искат да бъдат част от глобална компания, където могат да тестват езиковите си умения и да контактуват с хора от цял свят. Когато стартирахме тук, се срещнахме с екипа на Министерство на икономиката и те много ни помогнаха. Създадохме и страхотен собствен екип в България под ръководството на г-жа Мариана Иванова, която има богат опит в управлението на бизнес операции.

- Какъв тип клиенти ще обслужва българският офис на ServiceSource?

- Някои от най-големите световни технологични компании като VMware и други имат офиси в София. Така че е напълно логично и ние да работим тук, на едно и също място с някои от основните ни клиенти.

- Какви свободни позиции сте обявили? Каква квалификация и умения трябва да притежават хората, кандидатстващи за тях?

- Отваряме най-разнообразни позиции, на които наемаме служители – ръководители на офиса, мениджъри, ръководители на екипи, специалисти по продажбите, оперативни специалисти и др. Търсим и IT специалисти, които да ни помагат в управлението на операциите и поддръжката на бизнеса ни в Европа. Създаваме голям многоезичен екип, специализиран в продажбите за много различни фирми. Разполагаме с кадрите и уменията, които са необходими за успешно управление на всеки бизнес, и ги предоставяме на клиентите ни.

- Какви са плановете на компанията за развитие в България?

- Вече имаме 3 локации в Европа. Целта ни през тази и следващата година е да попълним капацитета на офиса ни, да продължим да поддържаме растежа на европейските ни клиенти и да растем заедно с тях. Центърът ни в София е стратегическа инвестиция за нас. Планираме да наемем общо 200 души и да имаме значителен принос за местната икономика. Стартовата заплата е 2000 лева и може да достигне до 4000 лева, в зависимост от постиженията на служителя. Служителите ни са доста ангажирани и заслужават адекватно заплащане. Открихме много ентусиазирани и енергични кандидати на българския пазар, които представят България по изключително позитивен начин.

Всеки нов служител преминава едномесечно обучение, свързано с нашата компания и начина ни на работа. Усвояват се търговски умения, както и такива за работа с клиенти по време на целия им жизнен цикъл. Имаме обучения в областта на директните продажби, програма за младши лидери, където успешните специалисти по директни продажби започват да се обучават за мениджърски и супервайзерски позиции.

- Какви предизвикателства очаквате при работата си в България? Срещате ли вече такива?

- Единственото предизвикателство, което очакваме да срещнем тук, е бързият растеж. Пазарът е достатъчно голям, за да открием и привлечем необходимите таланти. За нас е важно да сме сигурни, че разполагаме с достатъчно добре обучени лидери – мениджъри, инструктори и др. Това може би е бъдещо предизвикателство, но в същото време е и вълнуваща възможност.

- С какво ServiceSource превъзхожда конкурентите си? Как привличате и задържате клиентите ви?

- Едно от нещата, които ни различават, е, че сме необикновено фокусирани върху това да помогнем на клиентите ни да запазят и повишат приходите си. Много от компаниите препоръчват на клиентите си да намаляват разходите си. Ние обаче не го правим, вместо това направляваме разходите на базата на приходите и го правим доста ефикасно. Ръководството на всяка корпорация е заинтересовано от задържането на растежа и приходите й. Разчитайки на индивидуалния подход, успяваме да привлечем нови клиенти, които искат да работят със ServiceSource, както и да запазим настоящите ни, благодарение на изключителния ни подход към приходите.

Невена **Маринова**, изпълнителен директор на „Адванс Иншурънс Сълюшънс Брокер„ АД:

БРОКЕРСКИЯТ ПАЗАР НА ЗАСТРАХОВКИ ЩЕ ПРОДЪЛЖИ ДА РАСТЕ

автор: **Георги Желязков**

Г-жо Маринова, данните за първото полугодие показват, че застрахователният пазар в България се развива добре – активите растат с над 10%, а печалбата се е удвоила за година. Какви са очакванията ви за цялата 2016 г.?

- Данните за застрахователния пазар към края на първото шестмесечие на 2016 г. показват устойчив ръст на приходите от застраховки на застрахователните компании в размер на приблизително 5% в сравнение с 2015 г. Впечатление прави, че премиите, пласирани от застрахователните брокери за същия период, са нараснали с 10%. Това е резултат от все по-честото търсене на професионални консултанти, каквито са застрахователните брокери. Превес в разпределението на премийния приход по общо застраховане отново има автомобилното застраховане, като съотношението между отделните видове застраховки се запазва същото.

- Как се представя „Адванс Иншурънс“ през тази година? Какви са основните продукти, които се търсят от вашите клиенти?

- Пласираните от нас застрахователни премии през първото шестмесечие на 2016 г. са нараснали с 54%, в сравнение с първото шестмесечие на 2015 г. В тях най-голям е делът на застраховки на плавателни съдове и застраховка „Други щети на имущество“. Значителен е и относителният дял на застраховка на кредити, застраховка „Обща гражданска отговорност“, застраховка „Товари по време на превоз“, застраховка на сухопътни превозни средства и застраховка „Злополука“.

Основен приоритет в работата на „Адванс Иншурънс Сълюшънс Брокер“ АД и през тази година остава професионалното обслужване на съществуващите клиенти, предоставянето на нови видове застраховки, както и привличането на нови клиенти.

- Кои са основните пазари, на които работите?

- Основно работим на българския и на английския пазар, но също така имаме опит и с италианския и австрийския пазар. С чуждите застрахователни пазари работим основно, когато имаме клиенти на територията на съответните държави, или когато предлагаме продукти, за които съответните пазари имат богата експертиза.

- Планирате ли да разширявате пазарите, на които работите, и продуктите, които предлагате?

- Ние винаги сме отворени да търсим възможно най-добрите решения за интересите на нашите клиенти и в тази връзка често ни се налага да проучваме и използваме и други, поразвити от българския пазари.

И сега предлагаме на нашите клиенти цялата гама от продукти, предлагани от българските застрахователи. Има обаче търсене на рискове по отделни видове застраховки, които не се предлагат на нашия пазар, и ние имаме желание да ги предложим на нашите клиенти, като сме готови заедно със застрахователите да разработим условията за покритие на тези рискове. Такъв например е рискът суша, който искаме да предложим на българските фермери.

- Виждате ли връзка между засилването на интереса към застраховките и подобряването на икономическата среда?

- Застраховането принципно е пряко свързано с икономическата и социалната обстановка в страните. Неговата основна цел е защита на бизнес или лични интереси. Повишаването на застрахователната култура от дълги години е една от основните задачи на всички участници на застрахователния пазар – застрахователни компании, брокери и агенти.

- В тази връзка очаквате ли интересът да продължи да се увеличава и през следващите години?

- Моите очаквания са за ръст на брокерския пазар и в следващите години, базиран както на повишаването на експертизата, така и на осъзнатата нужда от страна на нашите настоящи и бъдещи клиенти. Засиленият интерес към застраховките ще се обуславя и от динамичните икономически и политически реалности, което от своя страна неминуемо води и до възникването и развитието на нови продукти на нашия пазар.

- В какво се изразяват вашите преимущества като застраховател брокер?

- Нашето основно преимущество е експертизата на нашите специалисти. В „Адванс Иншурънс Сълюшънс Брокер“ АД работят дългогодишни специалисти в областта на застраховането, които имат разностранен опит както по отношение на познаването на специфичните продукти, така и в съпътстващите дейности по обслужването на застрахователните договори. Нашият брокер притежава сериозна експертиза със застрахователни продукти, свързани с фармацевтич-

ната индустрия – имуществени рискове, отговорности като Обща гражданска, професионална и продуктова и др. Каското и отговорностите на плавателни съдове са друга застраховка, в която също имаме богат опит. Друго наше съществено преимущество е свързано с добрите контакти, които имаме с международните застрахователни пазари.

- От началото на тази година действа нов Кодекс за застраховането в България. Какви са най-важните промени, които бяха направени с въвеждането му?

- С най-голяма тежест според мен е въвеждането на новия режим „Платежоспособност II“, същността на който е да гарантира, че дружествата имат адекватна капиталова мощ, за да се справят при настъпване на катастрофичен риск. Ясно е, че по-високите стандарти, които поставя директивата, са крайно необходими за българския пазар. Чрез управление на риска „Платежоспособност II“ ще се увеличи защитата на потребителите на застрахователни продукти. Това е огромна стъпка напред за по-добра защита на притежателите на застрахователни полици.

ГОТОВИ СМЕ ДА РАБОТИМ С КОМПАНИИТЕ ЗА **РАЗРАБОТВАНЕ НА НОВИ ПРОДУКТИ**

Фото: **Стоян Йотов**

Екипът на „Виртуал брокер“ намери начин и застраховките да се правят онлайн (от ляво надясно Ивайло Йосифов, Искра Николова и Александър Джоганов)

ЗАСТРАХОВАНЕТО СТАВА ЛЕСНО И УДОБНО

автор: **Яна Колева**

Как се прави успешен стартъп? В началото е добрата идея, намерената пазарна ниша, смелостта да рискуваш, шансът да привлечеш правилните партньори и умението да сформираш добър екип, който да развие иновативен продукт и в точното време той да е на пазара. Това накратко е формулата на „Виртуал брокер“. В случая от значение е и фактът, че всички в екипа са професионалисти във финансовия бранш и заедно имат… над 100 години опит.

Началото

„Обмислях идеята за дигитализация на процесите в застраховането в продължение на години, преди да намеря начин за реализация. Видях възможност в това, че застраховането остана един от малкото бизнеси, които са консервативни спрямо нуждите на клиентите: те банкират електронно, онлайн пазаруват всичко, но нямат възможност по същия начин да купят застраховка в най-удобното за тях време“, разказва Александър Джоганов. Той е работил в няколко банки като търговски директор и директор Кредитиране на МСП, бил е зам.изпълнителен директор на „Алианц България Живот“ и изпълнителен директор на „Дженерали България“.

Наблюдава се тенденция застраховането в развиващите се пазари да бележи устойчив ръст от над 5 % вся-

СТЪПКИ ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА УСПЕШЕН СТАРТЪП

1. Идеята е водеща. И то идея, в която не просто да вярваш, а да ѝ се посветиш изцяло. Не може да стане в свободното време или между другото. В момента във „Виртуал брокер" нямат работно време - не работят само докато спят.

2. Важен е екипът. Всички във „Виртуал брокер" са по-скоро съмишленици и приятели, отколкото колеги или съдружници. За времето, през което са заедно, доказали, че могат да преодоляват различията си и да вървят напред.

3. Не бива да се предаваш, когато срещнеш трудности или неразбиране. Още при стартирането на проекта се обърнали към организации, които подпомагат стартъпи. Но ударили на камък. Само американският пенсионен фонд ги подкрепил на много ранен етап с максималната сума, която инвестира в Източна Европа. Влизат в топ 50 на стартъпите на teh.co - един от големите американски играчи на стартъп пазара, като са единствената компания от Източна Европа, преди дни получават номинация от европейски акселератор, който ги поставя в топ 10 на най-добрите финтех стартъпи на Стария континент.

ка година. Същевременно и брокерският бизнес расте, тъй като дава възможност да се сравняват оферти. Тези факти стават повод за задълбочено проучване на пазара в Европа, което установява, че комплексно решение все още няма. Александър Джоганов, Искра Николова, Ивайло Йосифов, Петър Петков, а също Деси Тодорова и Стефан Алек, които са швейцарски граждани, виждат в това пазарна ниша и създават „Виртуал брокер". За малко повече от една година развиват идеята и успяват да пуснат първите модули на облачно базираната платформа, като от няколко месеца функционира и сайтът www.virtualbroker.bg.

Екип

Както при повечето стартъпи, във „Виртуал брокер" всички отговарят за всичко. Но ролите все пак са разделени и софтуеристите основно пишат софтуер – те са професионалисти с иновативно мислене, чиято средна възраст е под 25 години. Друга важна подробност е, че преди да стане главен изпълнителен директор на „Дженерали България", Ивайло Йосифов е бил IT директор на БТК. Той съумява да преведе застрахователното ноу-хау на езика на програмистите. Петър е супервайзер на софтуерния екип. Стефан и Деси основно се занимават с търсене на инвеститори и с някои аспекти от маркетинговата част на бизнеса. Искра отговаря за продажбите и за развитието на офлайн бизнеса. Александър Джоганов продължава да е човекът, който дава идеи. Засега екипът е от 12 души.

Автоматизация

Когато завършат всички модули, ще имат ниво на автоматизация над 95%, докато съществуващите алтернативи постигат под 30% автоматизация. Разработката дава следните предимства: освобождава се много скучен труд, администрирането на полиците става автоматично, клиентите имат редица улеснения. Освен че разработва софтуер, компанията има и действащ брокер, с който извършват продажби на крайни клиенти. Това помага да усъвършенстват модела, като ежедневно го тестват в практиката и постоянно го подобряват. Ето защо най-успешната лаборатория са клиентите - с техните нужди, желания, дори капризи.

Цели

„Краткосрочните ни цели се промениха в последните месеци. Първоначалният ни план беше до края на тази година да пуснем системата в България, тествайки я през нашия брокер, и след това да погледнем към външните пазари. Но очакванията към подобно решение в рамките на Европа се оказаха много големи и с нас се свързаха хора от Румъния и Полша, които искат системата да заработи и при тях", обяснява Джоганов. Това ги кара да преосмислят своята пазарна стратегия. Сега плановете са до края на тази година да са на румънския пазар, а до средата на следващата - и в Полша. В северната ни съседка вероятно ще са под марката „Виртуал брокер", а в Полша ще си партнират с някои от големите техни брокери. Имат запитвания от Италия, Франция и Швейцария, Казахстан, но засега не разполагат с необходимия ресурс за подобно развитие. Плановете са до 5 години да работят не само на територията на ЕС, а и в някои части на Азия, където пазарът също расте, а подобни решения няма.

„ВИРТУАЛ БРОКЕР" Е ИНОВАТИВНА КОМПАНИЯ, КОЯТО **ДАВА ВЪЗМОЖНОСТ ОЩЕ ЕДИН КОНСЕРВАТИВЕН БИЗНЕС ДА СЕ ПРЕНЕСЕ ОНЛАЙН**

Как работи

Като брокер предлагат всички услуги в сферата на застраховането. Голяма част от процесите са автоматизирани, така че клиентите максимално да са улеснени. Тази платформа дава възможност за денонощен достъп до застрахователни услуги. За целта е нужно да имате смарт телефон, таблет или компютър, свързани към интернет. Като софтуерна компания ще предлагат софтуер на брокери - основно в чужбина, а при интерес и в България.

Търси се

Компанията изпитва остра нужда от добре подготвени софтуеристи и затова спешно търси хора с висока квалификация. Същевременно софтуерният им екип постоянно е атакуван от хедхънтъри на огромни световни лидери в бранша.

Засега инвестицията възлиза на около 500 000 евро, като 100 хил. от тях са от малък американски пенсионен фонд, а другата част са лични средства на съоснователите. За да успеят да отговорят на търсенето, вече им трябва голям инвеститор. Така ще са в състояние бързо да наемат нови хора и да развият други функционалности, които са готови на идейна фаза, но за които няма ресурс.

Перспективи

Засега перспективите са повече от добри. Системата е така организирана, че да може в рамките на няколко месеца бързо и лесно да се настрои за пускане на нов пазар. Надяват се до края на годината да предложат друг интересен продукт, без аналог в света, в който застраховане и банкиране си подават ръка. Това, плюс постоянно растящия пазар в Централна и Източна Европа, им дава увереност, че в един момент може да се окажат своеобразен „Амазон“ в застраховането.

Да се учим от грешките

Съвети от Александър Джоганов

Не е лошо да се правят грешки, стига да се учиш от тях и да правиш нови, а не да повтаряш старите.

Моят съвет е: Планирайте! Планирайте консервативни приходи и оптимистични разходи. И ако след това бизнес плановете ви показват положителни резултати - хвърляйте се в играта.

Внимавайте с кого преговаряте - ние загубихме доста време и усилия, за да се окаже, че част от хората, които мислехме, че са потенциални инвеститори, просто искат да изкарат пари от нас. Едва ли бих повярвал на съвети от човек, който през живота си не е имал работа с клиент и не е продал нито една застраховка. Затова не си губете времето с хора, които не разбират от вашия бизнес.

Другият ми съвет е: Говорете помежду си в екипа. Ние сме приели правилото, че всичко се обсъжда с всички. Иначе се получават недоразумения.

КМЕТА.bg ПРЕДСТАВЯ

КМЕТ НА ГОДИНАТА

2016

ГЛАСУВАЙТЕ НА
www.kmetnagodinata.bg

Спонсори

Партньори

ОБЩИНСКА БАНКА ПРАВИ ПЪТУВАНЕТО В СТОЛИЧНОТО МЕТРО ЛЕСНО И УДОБНО

Вече можем да пътуваме в столичното метро, както и в много от европейските столици, ползвайки за вход дебитна карта. Иновативната за България услуга е внедрена от Общинска банка и е достъпна за всички притежатели на безконтактната карта DEBIT MasterCard на банката. Предимството ѝ е, че тя служи едновременно като превозен документ при пътуване в метрото и като електронен платежен инструмент, притежаващ всички функции на стандартна безконтактна карта. Така хората могат да носят със себе си една карта по-малко, като в наличната си дебитна карта те вече могат да зареждат и желания определен брой пакет еднократни пътувания – 10, 20, 30, 40 или 50, както в стандартната метро карта.

Услугата за безконтактно пътуване в метрото е удобна и практична и бързо превърна дебитната карта на Общинска банка в един от най-търсените продукти. „METROPASS е новаторска и уникална услуга за българския пазар. С нея спестяваме време на клиентите ни и им създаваме допълнителни удобства при ползването на нашите продукти“, коментира Сашо Чакалски, изпълнителен директор и председател на УС на Общинска банка.

Все по-голямо търсене на електронни разплащания в обществения транспорт отчита също и проучването MasterIndex 2016, което Mastercard провежда периодично сред активните картодържатели в България. Близо 13% от анкетираните тази година са посочили, че биха искали да плащат с дебитна или кредитна карта в градския транспорт, като броят им расте спрямо предходни години.

Услугата по зареждането на дебитните карти с пътувания за метрото е безплатна, плаща се единствено стойността на заредения пакет от превозни документи. Чрез меню в банкоматите на Общинска банка гражданите могат да избират за колко пътувания да заредят картите си и могат веднага да ползват картата си за влизане в метрото. За улеснение са монтирани допълнителни банкомати на метростанции по линии 1 и 2.

Общинска банка стартира и промоционална игра с услугата. С нея 20 души могат да спечелят безплатни пътувания в столичното метро. Всеки притежател на безконтактна карта Debit MasterCard на банката, който в периода от 12.09. до 31.10. си зареди пакет за еднократни пътувания с метро, без значение на каква стойност, автоматично участва в играта. На случаен принцип и в присъствието на нотариус на 02.11.2016 г. ще бъдат изтеглени 20 печеливши, на които Общинска банка ще възстанови стойността на първия заплатен пакет от еднократни пътувания в метрото. Късметлиите ще получат парите си за заредения пакет и пътуването им се оказва безплатно.

Всеки, който желае да се възползва от услугата и да се включи в играта, може да заяви издаване на безконтактната дебитна карта в удобен за него банков офис на Общинска банка. Към една разплащателна сметка могат да бъдат издавани няколко безконтактни дебитни карти.

20 години ОБЩИНСКА БАНКА

METRO PASS

ПРОМО ИГРА
от 12.09 до 31.10.2016 г.

Пътувайте в метрото и спечелете с

Безконтактна Дебитна карта

на Общинска банка

КУПИ ОТ 10 ДО 50 ЕДНОКРАТНИ ПЪТУВАНИЯ ЗА СТОЛИЧНОТО МЕТРО И УЧАСТВАЙ В ИГРАТА ЗА **ВЪЗСТАНОВЯВАНЕ НА ТЯХНАТА СТОЙНОСТ**

www.municipalbank.bg

Светла **Несторова**:

ДА СЕ ОСНОВАВАМЕ НА ЦЕННОСТИ, **А НЕ НА ЦЕЛИ**

Светла Несторова е председател на УС и главен изпълнителен директор на "Булстрад Живот Виена Иншурънс Груп". Тя е и председател на УС на Асоциацията на българските застрахователи. Кариерата ѝ в застраховането започва в международната компания AIG и през 2004 г. продължава в „Булстрад Живот Виена Иншурънс Груп" като директор „Маркетинг и продажби". През 2005 г. е избрана за член на Управителния съвет, а година по-късно стига и до най-високата позиция в дружеството. От 2014 г. е зам.-председател на Надзорния съвет на „Винер Лайф Виена Иншурънс Груп" в Македония. Член е на УС на фондация „Проф. д-р Велеслав Гаврийски".

ЛИДЕР В БИЗНЕСА Е ТОЗИ, КОЙТО **ОТВАРЯ ПРОЗОРЕЦ КЪМ НЕЩО ЖЕЛАНО**

автор: **Татяна Явашева**

Лидер в бизнеса е този... който отваря прозорец към нещо желано.

Стигнах дотук в кариерата с… много побутване свише и с известно количество безразсъдна смелост от моя страна.

Всяко постижение… дори и най-дребното, истински ме радва. И понеже ги забелязвам на всяка крачка, се радвам всеки ден.

Успех е… да не загубиш човешкото при постигането на каквото и да е.

Моето „златно“ правило е… дръж се с другите така, както искаш да се държат с теб.

Разчитам на… хората в екипа. На пълната отвореност към света навън. На подкрепа.

Когато вземам решения… ги вземам бързо. Стремя се обаче да са максимално информирани. Понякога имам усещането, че вземането на решения е основното занимание в живота ми.

Най-важното за една животозастрахователна компания са… хората: клиенти, служители, партньори.

Разбрах, че „цената“ на живота... варира непредвидимо.

Основният извод от моята работа в застраховането е… че никой не може нищо сам. Застраховането е ярък пример как много хора заедно променят реалността на отделния човек. Това е другото лице на сухата статистика.

Моят бизнес инстинкт ми подсказва, че… всичко ще е наред, ако политическото позволи.

Опитът на ръководна позиция ме научи… че не мога всичко да направя сама. Всеки, който има проблем с делегирането, просто не е достатъчно натоварен.

Промяната, която ще промени качеството ни на живот… е да се основаваме на ценности, а не на цели.

Доверявам се на… всички - макар и за различни неща и в различна степен.

Застраховам се срещу… самодоволство.

Няма застраховка… за нищичко, освен за това, за което има в „Булстрад“.

Моята лична мисия е... да участвам на страната на Доброто.

Събитието, което напоследък ме разтърси… е смъртта на главния изпълнителен директор на „Булстрад“ Румен Янчев. Тепърва ще осъзнаваме колко много сме загубили. Искахме друго за него - години, в които да си почива и да пътува заедно със съпругата си, да се радват на внуци, а ние да се събираме около него за съвет и опит, и за да ни разказва за поредното си приключение. До последния си миг беше посветил живота си на „Булстрад“.

Обичам да чета поезия, защото... ме вади от „тунелното“ виждане, премества ме от точката, в която възприемам света. Дава ми нови очи и нов ум.

Най-голямата ми екстравагантност е… да бъда себе си.

Препоръчвам… да се дава с широка ръка. Както пише в най-мъдрата книга: „Пускай хляба си по водите, защото след много дни пак ще го намериш“.

ФИРМЕН ПРОФИЛ:
ЗЕАД „Булстрад Живот Виена Иншурънс Груп“ е един от водещите животозастрахователи в България и има над 20-годишен опит в работата с корпоративни и индивидуални клиенти. Компанията предлага широк спектър от спестовни програми, допълнителни рискови покрития, застрахователни покрития за клиентите на финансови институции, решения за здравна защита и грижа, застраховки за пътуване в чужбина и др. Тя разполага със собствена мрежа от агенции и офиси в цяла България, в която работят над 500 служители и консултанти. Нейните продукти и услуги се предлагат от професионални застрахователни консултанти и експерти, специално обучени и сертифицирани по стандартите на компанията.

БЕЖАНСКАТА ВЪЛНА
„ЧЕРНИЯТ ЛЕБЕД“ НА ЕВРОПА

автор: **Жулиета Пенева**

Бежанската криза наподобява на бавно тиктакаща бомба, която може да се „взриви“ след година, две или повече. „Взривът“ е икономически (неспособността на държавата да се справи с поддържането на адекватна охрана на границата си); политически (разногласията между страните, повишаването на евроскептицизма и др.); културен (сблъсъкът между различните ценности); социален (размирици между мигранти и европейци). След трудното преглъщане на резултата от референдума във Великобритания, Европейският съюз, отрезвявайки, започна отново да се вглежда в проблеми, които бе временно игнорирал, а именно мигрантската криза. Неслучайно канцлерът на Германия Ангела Меркел направи няколко срещи през изминалия месец. Започвайки с Италия и Франция и завършвайки с България, Австрия, Хърватия и Словения. Естествено, не пропусна и среща с Вишеградската четворка (Полша, Чехия, Словакия и Унгария), чиито лидери често критикуват германските политики относно бежанската криза. Дали този тип групиране не е индикация за предстоящата нова архитектура на ЕС? Ще имаме ли Европа на много скорости? Въпросите са много, а отговорите са все по-трудни за намиране и за формулиране. Новата европейска действителност е несигурна, разединена и бързо променяща се. Европа е изправена пред многобройни кризи, които често се преплитат една в друга. Истината е, че бежанската криза е друга по рода си криза, тя е явление. Насим Талеб нарича такъв тип явления „черни лебеди“. Основните характеристики са рядкост, крайно голям ефект и предвидимост в ретроспектива. Мигрантската криза притежава тези отличителни черти. Напливът на различни по националност хора в други пренаселени места се случва в историята, но е голямо историческо явление, случващо се на хиляди години. Кризата има голям ефект върху процесите в Европа.

Въпросът е защо Европа не се бори с такъв тип явления? Какво различава тази криза от кризата в еврозоната? Защо

политическите кризи са по-трудно решими от икономическите?

Как ЕС реагира по принцип на кризи

Ако погледнем на ЕС като кризисен мениджър, то ясни противоречия се отличават, сравнявайки двете кризи. Честите упреци, че съюзът няма рефлекса за самосъхранение при кризи, се оказаха неоснователни. При кризата в еврозоната, било то поради това, че бе икономическа криза, или поради натиска от времеви хоризонт, пазарни играчи и други, ЕС успя да вземе бързи решения, които имплементира сравнително успешно. Доколко те бяха ефективни, е тема за друг, по-задълбочен анализ. Управленските решения на ЕС по време на дълговата криза бяха подкрепени от действия, в чиято основа лежеше компромисът. Сътрудничеството бе подтикнато и от страха от провал на най-успешния икономически проект. Съвсем не е така ситуацията с мигрантската криза. За разлика от дълговата криза, бежанската има силно проявен политически характер. Изостриха се сетивата за национална принадлежност, която препотвърди липсата на европейска идентичност (идентичност в най-общия смисъл на думата, като тя може да бъде политическа, културна...). Това отприщи от своя страна и без това набъбващата вълна на евроскептични настроения. Стана ясно, че когато нещата засягат фундаменталните фибри на едно общество, неговите ценности, културни характеристики, социални нрави, традиции, то обществото се обръща към държавата и нейната способност да защитава своите граждани от външни заплахи.

Хетерогенността на ЕС

Вторият фактор, поради който общността изпитва затруднения при решаването на проблема с мигрантите, е хетерогеността на общността. При дълговата криза засегнатите страни членки бяха предимно тъй наречените PIGS (Португалия, Ирландия, Гърция, Испания). Потенциално застрашени бяха 11 държави. Скалата на въздействие бе значително по-малка. За сравнение, обхватът и мащабът на мигрантската криза е много по-голям. Всички страни членки са засегнати, някои по-малко, други повече на този етап. Но всички имат какво да загубят. Страните членки имат своя история, култура, език, но в същото време своите геополитически и геостратегически проблеми и интереси. Тази богата палитра от интереси, разнородни по характер, изпъква при видимо напрегнати ситуации. Мигрантската криза кара да се замислим дали въобще разделението между нова Европа и стара Европа някога е било превъзмогнато, или е било заровено под напудрената европейска интеграция. От тук се появява и странното противоречие. Установено е, че миграцията е един от факторите, който отслабва националната традиция и обществената хомогенност. Но Общността е разнородна, тя е хетерогенна. Защо тогава не е приветствана?

Мигранти протестират пред гарата в Будапеща, Унгария, с искане да стигнат до Германия

Фото **Wikipedia**

Сблъсък на цивилизации

Проблемът с мигрантите представлява заплаха за ценностите и структурите в едно общество. Мнозина анализатори споделят мнението на Самюел Хънтингтън, който счита, че цивилизациите биват японска, синоистка, индиустка, латиноамериканска, африканска, западна и ислямска. Последните две са в явен сблъсък, и то пред очите ни. Ако за кризата в еврозоната резултатите бяха по-важни от самия процес на вземане на решения, то при бежанската криза процесът на вземане на решения е по-важен от резултата. Битката между ценностите на ЕС и мултикултуризма, който той проповядва, и опазването на сигурността на ЕС е налице. Най-просто казано, изборът пред европейския политически елит е между ценности и сигурност. Различните геополитически интереси на страните членки означават, че исторически наследените спомени, притеснения, преживявания в момента оживяват и инстинктът за самосъхранение се събужда. Този инстинкт се вижда най-много при Централна и Източна Европа, чиито лидери са против интеграцията на мигрантите в техните общества. При дълговата криза основният въпрос бе как да се спасят засегнатите страни, без да въвлекат останалите страни от еврозоната. Тук въпросът е как да се спасим всички по отделно. Дискредитирането на идеите за новия ЕС на Централна и Източна Европа е сигнал за силното превъзходство на западните страни, чиито решения доведоха до хаос, несигурност и уронващо доверие в институциите на съюза. Време е да си зададем въпроса - ако съществува европейска политическа отговорност, не е ли сега моментът да се вслушаме в тези, които са патили от сходни ситуации? Не е ли политическа грешка на западноевропейците да игнорират разумните доводи на източноевропейците? В края на месец август Меркел сама призна, че прекалено дълго време са оставили проблема с мигрантите. Но признаването на политическа грешка е безсмислено, ако няма съответно поправително действие.

Бежанската криза е „черният лебед“, който може да доведе до дезинтеграцията на ЕС, ако европейският политически елит не разбере грешката си. А тя се корени в неспособността ЕС да защитава своите граждани от заплаха. Или както Макиавели би казал, Европа „никога не трябва да пропуска възможностите, предложени от една криза“.

КРИЗАТА МОЖЕ ДА ДОВЕДЕ ДО ДЕЗИНТЕГРАЦИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ, АКО ПОЛИТИЦИТЕ НЕ СЪУМЕЯТ ДА ПОПРАВЯТ ГРЕШКИТЕ СИ

ПЕТРОЛНИЯТ БИЗНЕС СЕ НУЖДАЕ ОТ ОБЩИ ПРАВИЛА

автор: **Светослав Бенчев,** юрисконсулт, Българска петролна и газова асоциация

И през сезона на летните отпуски петролният сектор си остана под светлината на прожекторите. Причината бе промяна в Закона за данък добавена стойност, която задължава при извършване на определени сделки лицата, участващи в тях, да предоставят обезпечение, равняващо се на 20% от стойността им. Мотив за последните нормативни изменения е отново борбата със сивия сектор, който през последните месеци стана все по-активен в източването, или по-точно в незаплащането на ДДС. Макар и властите да опитват да се преборят с контрабандата на горива, политическата воля да е налице и законовите промени да са стъпка в правилната посока, то все пак тези действия са чисто палиативни. Опитите чрез данъчното законодателство да се решат такива генерални проблеми като реално и драстично намаляване на сивата икономика са похвални, но едва ли могат да доведат до желания резултат. Необходим е глобален подход, сериозна експертиза и анализ на сектора, за да бъде възможно да се потърсят работещи икономически методи за справяне с проблема.

Какво на практика означава това? Нека започнем с няколко важни факта. На първо място, търговията с петролни продукти, освен че има структуроопределящ характер в икономиката на страната, представлява и основен източник на приходи за държавния бюджет, тъй като енергийните продукти са и акцизни стоки. Държавата винаги, поне на хартия, е оценявала риска от контрабандата на акцизните стоки. Така например, преди няколко години задължи кварталните магазинчета за цигари с оборот от няколкостотин лева да се регистрират в Агенция „Митници“, за да може да продават тютюневи изделия. Тук е мястото да спомена, че акцизът, събиран от тези стоки, е многократно по-малък от този, влизащ в хазната от петролни продукти. Неочаквано обаче всеки може да търгува с горива, дори без никаква инфраструктура, без да уведоми която и да е компетентна институция и с начален капитал от … два (2) лева, често на несъществуващ адрес. Отделно в стотици стопански дворове се съхраняват абсолютно анонимно хиляди тонове дизелови горива, които откровено чакат подходящ момент да бъдат пласирани „на черно“ на роднини, близки, международни шофьори и кой ли още не. Незнайни ведомствени и други „бензиностанции“ никнат по цялата

РЕГЛАМЕНТ ИМА ЗА КВАРТАЛНИ МАГАЗИНЧЕТА, А ЗА ТЪРГОВЦИ НА ГОРИВА - НЕ

територия на страната и често докато компетентните институции умуват как да се справят с проблема съгласно нормативната уредба, нарушителите вече са събрали печалбата си и се ориентират към нова схема.

На второ място, прегледът на националното законодателство показва, че важните за икономиката и хазната браншове почти винаги са обхванати нормативно от секторни правила. Примерите са много, но нека споменем само някои от тях : Законът за енергетиката – определящ рамката на работа на предприятията, опериращи с природен газ или електрическа енергия, Законът за подземните богатства, регулиращ проучването и добива на полезни изкопаеми, Законът за камарата на строителите, отнасящ се до структурата на строителния бизнес. Дори възобновяемите енергийни източници (ВЕИ) имат своя нормативна основа – Закона за енергията от ВЕИ. На фона на това изглежда съвсем нелогично в българското законодателство да няма секторен закон за производството и търговията с нефтопродукти. Законодателят се е намесил единствено по отношение на създаването и съхраняването на задължителни запаси от горива, но това е поради причина, че ЕС го е принудил, създавайки директива, която следва да се транспонира.

Не на последно място, самият бранш често се оплаква от нелоялна конкуренция от сивия сектор, която пречи както на него, така и на държавата, която следва да събере своите вземания, за да може да се осигурят допълнителни средства за други социални или секторни политики. Министерството на финансите също отчита, че проблем действително има, и той е сериозен – всеки трети литър дизелово гориво е без платени данъци. Вероятно след новите законови промени този дял леко ще спадне – но докога и дали ефектът няма да е твърде малък? Както бе споменато – нужно е ново решение. Какво може да бъде то?

Отговорът може да бъде заимстван от съседни на България страни като Гърция и Турция и той е секторен закон за производството и търговията с нефтопродукти. Един нормативен акт, който да обедини на едно място всички правила, които трябва да се спазват, и да даде сигурност на всички икономически оператори на пазара. Законов текст, който да определи изискванията към играчите на пазара и не на последно място да санкционира тежко сериозното им нарушаване, а именно - неплащане на данъци, такси, осигуровки или системно нарушаване на изискванията за качеството на предлаганите продукти. Необходимо е да бъдат ясно описани изискванията, които трябва да бъдат спазвани от всяко едно предприятие, което желае да участва на петролния пазар, както и за първи път да бъдат разграничени етапите в търговския процес. Към настоящия момент няма никакво законово определение какво представлява производството, търговията на едро, търговията на дребно, транспортът и съхранението на нефтопродукти. Това създава множество практически проблеми при прилагането на нормативната база. От друга страна, необяснимо е как днес съществуват множество фирми, занимаващи се със съхранение, търговия на едро и транспорт на горива, които не притежават или не са наели нито един склад, една цистерна или друго съоръжение за работа с енергийни продукти. Необходими са и изисквания, гарантиращи сериозността на операторите – дали това ще бъде по-голям внесен капитал, банкова гаранция или друго средство, е чисто практически въпрос.

В този смисъл държавата трябва да упражнява някакъв контрол върху тези фирми - дали спазват тези изисквания, както и дали продължават да работят спрямо тях в течение на годините. Това може да се случи чрез някакъв вид регулиране, като най-подходящ би бил уведомителен или регистрационен режим. Както вече стана дума - все пак нещо подобно се прилага по отношение на магазинчетата за цигари, а там сумите, с които се работи, са многократно по-ниски от оборотите при търговията с горива. Друг важен аспект, за да бъде гарантирана икономическата сигурност, а и злоупотреби от страна на държавата, е необходимостта при контрол на сектора да участва и самият бранш, наравно с администрацията. А това може да се случи единствено през представителната асоциация на индустрията, която следва да бъде вписана в закона подобно на Камарата на строителите.

Не на последно място следва да се отбележи, че подобна ситуация в никакъв случай не би следвало да пречи на конкуренцията и навлизането на нови играчи на пазара. Просто както държавата, така и бизнесът, трябва да бъдат сигурни, че те са сериозни и искат да работят, а не да източват хазната по познати схеми.

Дали някога ще видим подобен закон зависи единствено от политическата воля и ситуация. Едно нещо обаче може да бъде казано със сигурност - той е необходим както за бранша, така и за българската икономика като цяло.

Проф. дтн Николай **Вълканов**:

ГОТОВИ СМЕ ЗА РЕКОРДИ В МИННАТА ИНДУСТРИЯ

Възраждането и възходът на българската минно-добивна индустрия води началото си от 2001 г. Дотогава минният сектор беше в ликвидация - специално рудодобивът, а също и въгледобивът. Като цяло рудодобивът попадна в ръцете на добри инвеститори и собственици, които са професионалисти и са от бранша. Правилната приватизация се оказа ключова за развитието. Инвестирани бяха много средства и така в рудодобива влязоха няколко милиарда лева и те го направиха възможен в съвременните условия. В Челопеч например, се работи с руда с много ниско съдържание на метал. Там, благодарение на големите инвестиции, бяха вкарани много нови технологии. На „Минстрой холдинг“ и на мен се падна честта да възродим рудодобива в Родопите. И както прогнозите бяха, че този отрасъл в България няма бъдеще поради липса на залежи, се оказа, че има стратегически запаси за години напред. Дадохме нов живот на седем рудника, а в края на август поставихме ново начало и на други два в съседна Македония. Това става с големи инвестиции и само в последните години сме вложили над 300 млн. лв. През миналата година купихме активите на „Ремотекс“. Възродихме фалиралото машиностроително предприятие, специализирано в областта на минната индустрия, и сега в него работят над 400 души. В последните три години

постигаме ръст от около 30% всяка година

Част от успеха ни е, че работим изцяло на светло. Инвестираме дългосрочно и за нас е от особено значение, че данъчната политика не беше променена в продължение на двата мандата на правителството. Европейските фондове ни дават възможност по-добре да развием бизнеса си и да станем по-ефективни. Също така е важно, че в България имаме добре работеща банкова система. Ето защо твърдя, че у нас има добри условия за инвестиции, стига да имаш знания, отлични специалисти, добри екипи и сътрудничество с университетите.

Разликата между тези, които фалират предприятия, и онези, които умеят да ги развият, е в знанието и в професионалния опит. Едните се стремят към бързи пари, а другите правят дългосрочни проекти и стратегии за развитие. Избирам развитието и просперитета, тъй като искам да оставя следа след себе си. И то не само в рудодобива, а във всичко, което правя. Затова подкрепям значими идеи и спонсорирам важни за обществото каузи.

За да си успешен в добивната индустрия, се иска да си наясно и с новостите в тази сфера. Необходими са и много добри специалисти в екипа, в това число добри инженери, които пряко да ръководят предприятията. От значение са уменията, трудът и ангажираността на всеки човек в компанията. Нашата сила се крие и в тясното сътрудничество с Минно-геоложкия университет (МГУ). С него имаме възможност да правим проекти и да разработваме новости, а дори и техника, необходима за производството. Винаги съм отчитал

важността на иновациите

Благодарение на тях „Минстрой Холдинг“ постига ръст от 30% годишно и то не в един, а във всички наши рудници. Ние използваме иновации в добиването и в обогатяването, за да може да се извлече повече метал от рудата. За да сме в крак с еконормите, са нужни други иновации, които да поставят рудодобива на още по-високо ниво. Това също го постигаме заедно с МГУ.

Следя развитието на миннодобивната индустрия на Балканите и се интересувам специално от добива на оловно-цинкова руда. И след като в Македония фалираха два рудника, „Минстрой Холдинг“ ги купи. Предишният собственик е индиец, който не е инвестирал в никаква техника и машини, не е платил заплатите на работниците. Взел е каквото може от рудата и се е оттеглил, когато повече не е могло да продължава така. Аз имам нагласата да възстановявам такива рудници, имам и ноу-хау. Вече сме привлекли около 400 миньори, до края на годината те ще станат 1000 и там също ще правим рекорди в добива на полезни изкопаеми, каквито не са правени в добива на оловно-цинков концентрат. Имам планове и идеи и те ще се осъществят още в началото на 2017 г. В един от рудниците ще напра-

СИЛАТА НА „МИНСТРОЙ ХОЛДИНГ„ Е В ТОВА, ЧЕ ИМАМЕ ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И ВИСОКА КВАЛИФИКАЦИЯ. ЧАСТ ОТ УСПЕХА Е, ЧЕ РАБОТИМ НА СВЕТЛО И УВАЖАВАМЕ ТРУДА НА ВСЕКИ

Фото **Стоян Йотов**

„Минстрой холдинг“ дава нов живот на оловно-цинковите мини „Злетово“ и „Тораница“ в Македония, в които ще инвестира над 20 млн. евро за две години

Проф. дтн Николай Вълканов е председател на Управителния съвет на „Минстрой холдинг“. Завършил е Техникума по фина механика и оптика в София, а след това Минно-геоложкия университет. Член е на президиума на Световния минен конгрес от 1992 г. Член е на Изпълнителното бюро на Научно-техническите съюзи по минно дело, геология и металургия. Председател е на Българското маркшайдерско дружество и на настоятелството на Минно-геоложкия университет, зам.-председател е на УС на Българската минно-геоложка камара. Бил е директор на Научноизследователския технологичен институт по минно строителство от 1985 до 1990 г. Работи в „Минстрой холдинг“ от 1975 г., а от 1990 г. е негов генерален директор. След приватизацията на холдинга от 1999 г. е председател на Управителния съвет.

вим нещо, което не сме постигали и в България. Условията там позволяват да разгърнем знанията си, да вкараме нова техника и да постигнем съвсем други резултати.

Хора като проф. Лъчезар Цоцорков, проф. Цоло Вутов и мен, непрекъснато работят върху новостите, които да позволят рудодобивът да стане още по-ефективен. Ние сме членове на президиума на Световния минен конгрес, участваме в международните събития на добивната индустрия, изнасяме доклади. И тримата сме професори, управляващи успешен реален бизнес, а не сме само преподаватели. Затова за университетските професори в президиума на Световния минен конгрес е интересно, когато ги информираме за новостите при нас и за нашите постижения в бранша. Обменът на информация по тази линия е изключително важнен за нас, тъй като така разполагаме със знание, до което малцина имат достъп.

С наука и технологии, с новости и внедряване се занимавам от много години насам. Бях директор на Научноизследователския технологичен институт по минно строителство, в който работеха над 500 души. Сред иновациите, с които се гордея, е технологията за изземане на целици, която разработихме със специалисти от МГУ. Тази новост позволява, когато се прави вертикална шахта, да се добива повече. Например в обогатяването на рудата заедно с проф. Иван Нишков направихме доста добри разработки. Непрекъснато има новости, които внедряваме и в които аз пряко участвам.

Няма ли иновации, няма ли нови технологии, не се ли правят инвестиции, няма как индустрията да се развива възходящо. Важно е обаче на работещите да се дава онова, което са заработили. Стига да са постигнали добри резултати, заплатите може да са високи. За хората е важно да получават възнагражденията си редовно и навреме. Не бива несправедливо да се ограбва техният труд. Инженерите, ръководителите, работниците – всички те са важни. Може да имаш най-нови технологии и да правиш огромни инвестиции, но забравиш ли, че

хората са живата сила

и не се ли отнасяш към тях справедливо, няма как да постигаш успехи. Насочваме сериозно внимание на подготовката на кадри и за нас това е важна инвестиция. Имаме стажантски програми и активно работим със студентите. Отделяме средства за изграждане базата на МГУ, за обучение на студенти, за подготовка и квалификация на преподавателите. Периодично водя лекции в МГУ, а веднъж годишно и в УНСС. Обичам да споделям със студентите опита и знанията си за нашата професия.

Постоянно наблюдавам какво се случва в региона. Сега с интерес гледам към Косово. Но в момента основният ми фокус е да дадем силен старт на двата рудника в Македония и да стабилизираме нещата там. Но това е дълъг процес. Ще минат поне 7-8 месеца, а може и година, докато постигнем набелязаните цели. Започваме от нулата, а всичко изисква време – купуването на машини и съоръжения, обучението на хората, влизането в новия ритъм. Там разчитаме на изцяло местни хора, защото има добри инженери и работници, повечето от които са млади хора и добре възприемат новостите, които предлагаме. Български екип начело с мен ще ги обучи и после те ще поемат оперативното ръководство. Тръгваме с премерена стъпка и вървим напред. После ще мислим за следващи инвестиционни крачки.

Установих, че успехът се крепи на желание, на добра физическа форма и на разбиране от страна на семейството. Всичко това при мен е налице.

„Минстрой холдинг" постига 30% ръст годишно благодарение и на модерната техника и иновациите

ИНДУСТРИЯТА СЕ РАЗВИВА ВЪЗХОДЯЩО, КОГАТО СЕ ПРАВЯТ ИНВЕСТИЦИИ И ПОСТОЯННО СЕ ВЪВЕЖДАТ НОВИ ТЕХНОЛОГИИ И ИНОВАЦИИ

Най-добра
българска фирма

Открит конкурс

Заявете своето участие сега
на **www.naidobrafirma.bg**

Нека най-предприемчивият победи

Организатор:

Fibank
Моята банка

За повече информация и условия
за участие в конкурса:
www.naidobrafirma.bg

ИНДУСТРИЯ С **ПОТЕНЦИАЛ**

автор: **Татяна Явашева**

Най-добрият начин да предвидиш бъдещето е като го създадеш. Сякаш водена от тази максима миннодобивната индустрия в България днес се развива изключително динамично. За последните 15 години в сектора са инвестирани над 4 млрд. лв., като 420 млн. лв. са насочени за възстановяване и опазване на околната среда. Успешната приватизация изправи на крака този отрасъл, който през 90-те години беше доведен до практическа ликвидация. Постепенно добивната индустрия се превърна в един от основните икономически фактори, тъй като осигурява близо 5% от брутния вътрешен продукт. В него пряко са заети над 25 хил. души. Около 300 са компаниите и те извършват широк спектър от дейности, свързани с добива на полезни изкопаеми. Секторът има значим принос в българския износ, което е своеобразно свидетелство за неговото добро развитие. Всичко това стана ясно по време на четвъртия Европейски минен бизнес форум, който се проведе през септември в София по инициатива на Българската минно-геоложка камара (БМГК). На него бяха очертани успехите и перспективите, а трудностите, спънките и рисковете не бяха премълчани.

Посоката

Миннодобивната индустрия може да се развива и да се разчита на нея. Тя вече не е основен замърсител, тъй като има строги европейски норми, които стриктно се спазват, твърди проф. д-р Лъчезар Цоцорков, председател на БМГК. Според него при модерната реиндустриализация тази индустрия има големи възможности за взаимодействие с другите сектори, които не се използват. Той обърна внимание, че този бизнес може да предостави нови продукти от пълноценното оползотворяване на полезните компоненти, съдържащите се в рудите, и да се търси синергия в превръщането на отпадъците в суровина за нови продукти. Проф. Цоцорков отбеляза, че развитието на местния добив е застрашено от увеличаващия се внос: „Ако Европа разчита само на вносни суровини и изнася така наречените „мръсни производства“ извън ЕС, това е много рисково за устойчивото развитие на европейските държави. По този начин Европа се лишава от много работни места, нарушава се сигурнос-

Фото **Стоян Йотов**

В България са налице всички предпоставки за още по-ускорено развитие на минната индустрия, твърдят участниците в Европейския минен бизнес форум

тта на доставките на суровини, като останалите индустрии се поставят като под риск, разчитайки на внос. Затова редица държави от ЕС, включително и България, приеха национални стратегии за развитие на добивната индустрия“.

Двигател

Нужна е силна структура, която да управлява и контролира природните богатства на страната и да дава отпор на всякакви нездрави интереси“, заяви Евгений Иванов, изпълнителен директор на Конфедерацията на работодателите и индустриалците в България. По негови думи природните богатства са изключителен лост за развитие на икономиката и провеждането на икономическа, социална и регионална политика. За да се стимулира развитието на производствата, основаващи се на природни богатства, са нужни инвестиции и иновации: „Инвестициите в сегашния етап на развитие на България са единственият начин да запазим успеха, който реализирахме - 3% растеж на БВП през 2015 г. и 2,9% за първото тримесечие на тази година. Без инвестиции, без иновации това е невъзможно да бъде съхранено като резултат, а още повече без инвестиции в базовата индустрия“. Според Евгений Иванов вътрешното финансиране в България е недостатъчно и трябва да се търсят външни източници като плана „Юнкер“.

Ограничения

Изпълнителният директор на БМГК инж. Иван Андреев акцентира върху липсата на подготвени специалисти в отрасъла. Колкото и да е активен, Минно-геоложкият университет не може да реши всички проблеми с работната ръка, тъй като основният недостиг е на средни технически кадри. Но не дефицитът на човешки ресурси е камъчето в обувката: „За иновации, ново оборудване, безопасност на работа, повишаване на квалификацията и корпоративната отговорност, минерално-суровинната индустрия е похарчила над 4 млрд. лв. за 15 години. За съжаление за последния 25-годишен период няма разработен нов проект, макар да имаме геоложки потенциал. В същото време сериозни инвестиции напуснаха страната“. Има над 60 вида суровини със залежи в страната, които не се разработват, въпреки увеличаващото се потребление. Показателен е и фактът, че вносът на суровини надвишава местното производство 3,4 пъти по натурални показатели и 7,5 пъти по стойност на продукцията. Според инж. Андреев новите находища биха разрешили проблема

БЪЛГАРИЯ РАЗПОЛАГА С РЕСУРСИ И ТЕХНОЛОГИИ, ЧРЕЗ КОИТО ДОБИВНАТА ИНДУСТРИЯ ДА СТАНЕ ОЩЕ ПО-УСПЕШНА

За иновации, ново оборудване, безопасност на работа, повишаване на квалификацията и корпоративната отговорност, минерално-суровинната индустрия е похарчила над 4 млрд. лв. за 15 години. За съжаление за последния 25-годишен период няма разработен нов проект, макар да имаме геоложки потенциал

Инж. Иван Андреев, изпълнителен директор на БМГК

с безработицата в голяма част от регионите на България, биха повишили социалния стандарт, би се намалила зависимостта от внос, което би дало тласък на цялата икономика. Препятствие в тази посока обаче се явява и фактът, че 34% от площта на България попада в защитените зони от НАТУРА 2000 и това е най-високият процент в цяла Европа. За сравнение защитените зони във Франция заемат 12% от нейната територия. Председателят на БМГК проф. Цоцорков подчерта, че динамиката на глобализацията и настъпващите промени и в това отношение трябва да се отчитат. Той смята, че заедно с министерствата на енергетиката и на околната среда трябва да се предприемат редица мерки, които да подобрят инвестиционния климат в страната, и това пряко ще рефлектира върху повишаване конкурентоспособността на българската икономика.

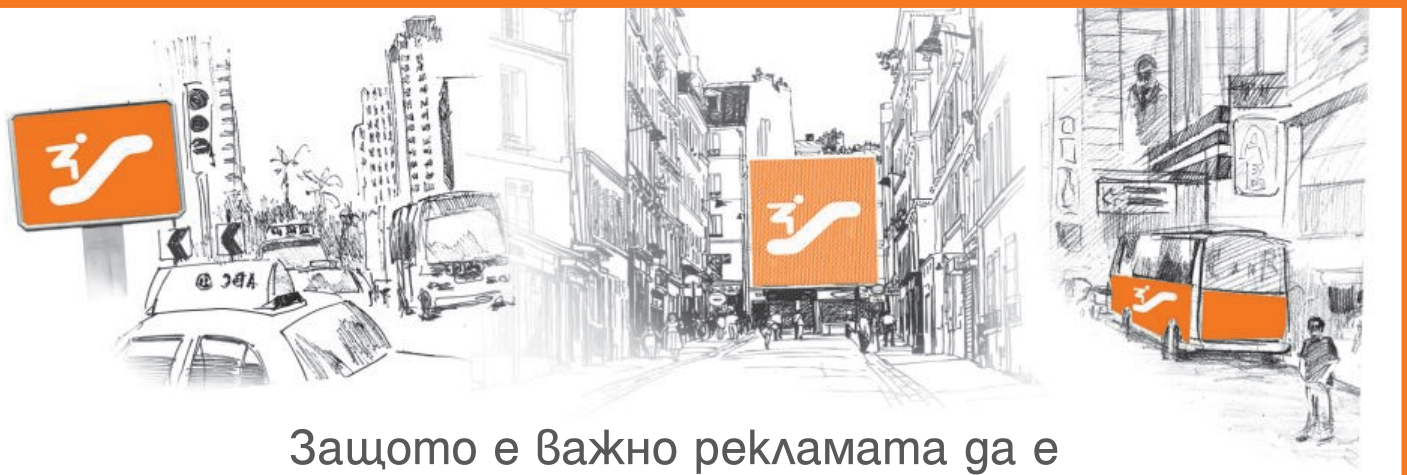
Рискове

Секторът е чувствителен към политическите и геополитическите рискове в световен мащаб – увеличаващия се мигрантски поток, ефектите от Brexit, ситуацията в Украйна и в Сирия, коментира Александър Стоянов от „ВТБ Капитал“. Според него има забавяне на икономическия растеж на развиващите се пазари, като през миналата година капиталовите потоци към тях дори са отчели негативна стойност (-735 млрд. долара). За последните три години петролът е поевтинял с 55%, медта – с 40%, а златото - с 20%. Мнението му бе допълнено от Василий Николетопулос от международната консултантска компания Natural Resources GP, според когото добивната индустрия е чувствителна на геополитически промени, а основните бизнес рискове произтичат от бъдещия икономически растеж, производителността и достъпа до капитал. Той посочи и други международни фактори, които може да повлияят върху развитието на минно-суровинния отрасъл - забавянето на растежа в най-големия потребител Китай, неясните в политиката на Турция в последно време. Не са за подценяване и изборите в САЩ, където евентуална победа на Доналд Тръмп ще създаде нови геополитически отношения с Русия и Китай.

Нови технологии

Един от рисковете, пред които е изправена минната индустрия, е свързан с намаляващото съдържание на метал в рудата, което повишава разходите за добив и преработка, стана ясно на форума. Този неблагоприятен факт обаче става двигател за развитие на технологиите и за подобряване на производителността. „Благодарение на съвременните технологии и иновациите в България се преработват медни руди с ниско съдържание на метал, каквито на много места в света се третират като отпадък“, посочи изпълнителният директор на камарата. Все по-важна роля играят технологичният прогрес и дигитализацията, което до голяма степен определя конкурентоспособността на сектора, смята Александър Стоянов. Същевременно обаче е време максимално да се възползваме от наличните ресурси – необходимо е да се подобри взаимодействието с другите индустрии и да се създаде верига на добавената стойност, е мнението на д-р Румен Атанасов, председател на Българската асоциация на електротехниката и електрониката. А според председателя на Българската агенция за инвестиции Стамен Янев лидерството е равно на инвестиции плюс иновации, именно с работата си в тези две области, ние като страна, можем да заемем лидерско място в Източна Европа.

България има неизползван потенциал за развитие на миннодобивната индустрия, който може да даде нов тласък в динамиката на сектора – това е основен извод, направен на този европейски форум. Девизът на БМГК е: „Силни заедно“. Срещата, която секторът си даде в София, потвърди, че добивната индустрия постига забележими успехи, защото компаниите са единни.



Защото е важно рекламата да е
на правилното място!

МЕТРОРЕКЛАМА

+359 2 962 50 71

www.metroreklama.com

Адвокат Биляна **Тончева**,
прокурист на Еко Глоуб ООД:

ЛИДЕР СМЕ В ЕВРОПРОЕКТИТЕ ЗА ЕНЕРГИЙНА ЕФЕКТИВНОСТ

автор: **Илия Лазаров**

Г-жо Тончева, възползва ли се в достатъчна степен българският бизнес от ОП „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020?

- Програмата стартира през 2015 г. и за моя огромна радост всички наши партньори, с които сме работили през годините, проявиха сериозна активност в допустимите кодове на икономическа дейност в секторите „Преработваща промишленост“ (C), „Професионални дейности и научни изследвания“ (M) и „Създаване и разпространение на информация и творчески продукти“ (J). Първата процедура „Подобряване на производствения капацитет в малките и средни предприятия“ беше изключително успешна, като поради големия интерес се наложи и допълнително финансиране.

- Фирми от кои сектори са най-активни и най-често търсят вашите услуги?

- Най-голяма активност се забелязва в производството. Независимо дали една фирма е от един човек или от 250, всички микро, малки и средни предприятия в допустимите 3 сектора проявяват сериозна активност и искат да получават европейски средства, за да подпомогнат развитието си и да разширят капацитета си.

- Активизираха ли се фирмите от Северозападния регион, върху чието развитие е акцентирано в ОПИК?

- Тъй като моето родно място е Ви-

РОЛЯТА НА КОНСУЛТАНТА Е **ВСЕОБХВАТНА И ЗНАЧИМА ПРИ ВСЯКА СТЪПКА ОТ ПРОЦЕДУРАТА**

Адвокат Биляна Тончева е прокурист на „Еко Глоуб" ООД - консултантско дружество за подготовка на проекти, съфинансирани от Европейския съюз, и притежател на лицензи за енергийно обследване на сгради и промишлени системи. Екипът специалисти подготвя проекти по ОП „Иновации и конкурентоспособност", както и по други оперативни програми, съфинансирани от ЕС - ОП „Програма за развитие на селските райони", ОП „Развитие на човешките ресурси", включително провеждането на обучения по ОПАК и др.

дин, аз съм лично ангажирана с развитието на Северозападния регион. По-рано през тази година, със съдействието на Портала на българските общини КМЕТА.bg, организирахме информационна кампания във Видин, Враца, Монтана, Плевен и Ловеч. Забелязвам, че има сериозна активност, тъй като това е голям шанс за тези по-слабо развити региони да повишат своята добавена стойност. Целият програмен период ще бъде по-благоприятен за тях.

Надявам се тези, които не съумяха да участват преди, да са успели да подредят по правилен начин приоритетите си. Ако са го направили, през следващата година, през която ще има повторение на някои от осите от тази, ще могат да кандидатстват. Надявам се да се възползват от тази възможност и с тяхна помощ да се съживи целият регион.

- По кои от процедурите в ОПИК за 2016 г. работи вашата фирма? Къде се справяте най-успешно?

- Постигаме най-добри резултати в областта на енергийната ефективност. Имаме собствена компания за енергийно обследване както на сгради, така и на промишлени системи. Горда съм, че успяхме да подготвим най-много енергийни обследвания в рамките на процедурата „Енергийна ефективност за малките и средни предприятия".

- През октомври предстои отваряне на процедурата за повишаване на енергийната ефективност на големи предприятия. Очаквате ли сериозен интерес към нея и към какви резултати ще се стремят фирмите?

- Това е първата и най-вероятно единствена възможност за големите предприятия в секторите, които досега бяха допустими за малките и средни предприятия – „Добивна промишленост" (B), „Преработваща промишленост" (C), „Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива" (D), „Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване" (E) и „Строителство" (F). Смятам, че големите предприятия ще бъдат изключително активни, забелязвам го сред нашите клиенти. Предоставя им се възможност да санират своите сгради, но 99% от фирмите желаят да подобрят енергийната ефективност най-вече на оборудването си.

За първи път е допустим и сектор „Строителство". Големите строителни фирми искат да обновят своите асфалтови бази, бетонови възли, техника и всичко, което им е необходимо.

Дружествата са много активни, доста от тях вече подготвят своите проекти, готвят се за енергийните обследвания.

- Какви предизвикателства срещате по време на ежедневната ви работа с процедурите и проектите?

- Работим с малки фирми в различни точки на България – Момчилград, Крумовград, Шумен, Разград, от сфери като шивашката промишленост, металообработването. Те изпитват различни затруднения, когато подготвят своите документи. Отне ни доста време да ги запознаем и обучим в употребата на електронен подпис например. Опитваме се всячески да ги подпомогнем в попълването на декларациите, отчетите и всички необходими документи. Ние сме сред водещите консултанти по процедурата „Подобряване на производствения капацитет в МСП". Вече имаме изпълнени проекти и върнати на бенефициента пари от безвъзмездната помощ. Част от нашите проекти са пример за добро изпълнение по програмата. Фирмите натрупаха опит и с всяка следваща процедура и всеки следващ подаден проект нещата се случват все по-лесно.

- Промени ли се и доколко ролята на консултантите след въвеждането на „Информационната система за управление и наблюдение" (ИСУН)?

- С въвеждането на ИСУН подаването на проектите определено се опрости. Нужен е специалист, който да следи работата със системата, тъй като има възможност за неволни грешки и пропуски. За нас е важно да можем на 100% да следим ИСУН, така че да сме максимално полезни на бенефициентите.

Ролята на консултанта е всеобхватна и значима при всяка стъпка, свързана с проекта. Той трябва да напътства бенефициентите при избора на подходящи проекти, да ги подпомага в подготовката на правилните документи още преди отварянето на възможностите за кандидатстване, след това по време на самата подготовка и, разбира се, след спечелването на проекта. Обичам да казвам, че истинската работа започва след спечелването на проекта, така че трябва да сме активни и в управлението му. Проектът е изпълнен едва когато бенефициентът е получил безвъзмездната помощ в сметката си. Тогава се вижда ефектът от нашата работа и целият процес има смисъл.

- Какви са актуалните ви инициативи?

- Успяхме да спечелим, управляваме и отчитаме много проекти по „Подобряване на производствения капацитет в МСП" в различните допустими сектори. Сред тях на финален етап са проекти от сектора на металообработката - например „Профил-И"-Пловдив, „Метал Декор"-Варна, „ММ Сервиз"-Варна, или на добива като „Киряевска вар"-Видин. Успяхме да подадем доста проекти в процедурите по иновации както за стартиращи предприятия, така и за работещи такива. През целия програмен период по ОПИК иновациите са нещо изключително важно и приоритетно. Очакваме с голям интерес и процедурата за клъстери, която ще бъде отворена до края на годината. Нашите бенефициенти със сигурност ще проявят интерес и към нея, защото ще им даде възможност да работят добре помежду си и да се развиват, да търсят нови пазари и хоризонти, което е смисълът на цялата ОПИК.

Милена **Спанчелийска**:

СПАЗВАМЕ ЕДИННА ФИНАНСОВА ПОЛИТИКА **на ШЕСТ КОНТИНЕНТА**

ИНВЕСТИЦИИ СЕ ПРАВЯТ, КОГАТО ЗАЕМНИЯТ РЕСУРС Е ЕВТИН, **А ПОТЕНЦИАЛЪТ НА ИНДУСТРИЯТА - ОГРОМЕН**

автор: **Тони Григорова**

Успешното финансово управление на компания, която постоянно разширява пазарите си, е базирано на отговорност, увереност и упорита работа от страна на целия екип. Доброто финансово управление само по себе си обаче не може да доведе до големи успехи за компанията, но е основен фактор при съхраняването на високите резултати.

Отговорността на финансовия директор е да сътрудничи както в измерването на резултатите на компанията, така и в постигането им. Моя отговорност е осигуряването на финансиране за всички инвестиционни проекти, в съчетание с данъчни консултации за всички пазари, на които оперираме. „Уолтопия“ има реализирани проекти в над 50 страни и познаването на данъчните и финансовите практики на съответната държава са решаващи за безпроблемното ни присъствие на тези пазари.

От финансовия мениджър зависи всички бизнес решения да са взети на база навременна, точна и изчерпателна финансова информация, както и резултатите от тях да са измерени прецизно.

Добър финансов мениджмънт може да се прави само когато е ясна стратегическата визия на групата. Само ако целите са ясно дефинирани, е възможно всяка компания да постига добри финансови резултати, за които да допринасят всички нива в организацията.

„Попътен вятър“ за финансовия директор са всички фактори, които влияят положително върху увеличението на печалбата на компанията, а именно обемът на производството, реализацията на продукцията, качеството на продукцията и себестойността. Генерално променихме политиката за купуване на материали, като започнахме да обявяваме всяка една покупка публично в платформата Auxionize.com. Така чрез тази специална онлайн платформа от 2013 г. насам „Уолтопия“ съществено намалява разходите си за основни материали. Същевременно всичко е напълно прозрачно и за ръководството, и за доставчиците.

Опитът ми на финансов мениджър ме научи, че трябва да съм по-търпелива, да изисквам от себе си повече, отколкото изисквам от другите, да давам от своите знания на екипа си и да бъда добър пример за тях. Научих се да уважавам усилията и резултатите им, както и да коментирам открито грешките и пропуските им.

Правилата, които като финансист спазвам, са много и най-често са обект на законова регулация.

Най-ценният урок, който получих, е, че всяко нещо както в професионален, така и в личен план не е вечно и трябва да се грижим за него всеки ден, ако искаме да е устойчиво.

Ролята на финансовия мениджър, когато се стъпва на нови пазари, е комплексна, съчетава познаване на местното законодателство и бизнес културата на пазара. Един от най-сложните финансови аспекти на сделките в „Уолтопия“ е спазването на единна финансова политика, когато клиентите са от шест континента. Сред ежедневните ми задачи е също така управлението на валутния риск и паричните потоци на дружествата в групата.

Инвестиции се правят, когато заемният финансов ресурс е евтин, а потенциалът на индустрията - огромен.

Бизнесът ще расте, ако компанията съумее да е двигател на растежа на индустрията и да въвежда непрекъснато иновативни продукти, които да са все по-желани от клиента. Бизнесът расте, ако създаваш стойност и полезност. Наша задача е да гледаме напред във времето и да изпреварваме потребностите, да даваме отговори преди въпросите да са зададени, затова „Уолтопия“ е толкова успешна.

Промяната, която глобализацията налага в нашата работа, е в интензивността. Ускорява работата ни, съкращава времето, в което трябва да реагираме на външните финансови фактори. Глобализацията изисква да поставяме все по-високи цели за финансов растеж на дружеството, да стигаме до все по-далечни пазари и да предлагаме все по-комплексни решения за клиентите си.

Подводните камъни, за които финансовият мениджър трябва да внимава, може да са от всякакво естество. Но всичко е преодолимо, когато си изградил екип от отговорни хора, които да стоят зад решенията си. Такива, на които може да се разчита, защото хората правят нещата.

Финансовите резултати зависят най-вече от добрите търговски ре-

Милена Спанчелийска е финансов директор на „Уолтопия" (Walltopia) - най-голямата фирма за производство на стени за катерене в света. Компанията е реализирала над 1500 проекта в повече от 50 страни на шест континента, а зад финансовото й управление стои 29-годишната Милена, която е експерт по финансов контрол и анализи. Тя постъпва в „Уолтопия" през 2012 г. като главен счетоводител в едно от дъщерните дружества, а днес ръководи отдел от 20 души и под нейно управление е счетоводството на над 35 български и чуждестранни дружества в групата на „Уолтопия".

зултати, съчетани с правилно финансово управление на компанията.

Измерител за доброто финансово управление е ръстът на печалбата, продажбите и направените инвестиции.

Най-голямата трудност, която преодолях, беше да реорганизирам целия финансово-счетоводен отдел и да въведем нова ERP система, докато компанията расте с 30% годишно. Този отдел премина през 6 месеца упорита работа, в които въведохме SAP ERP, променихме правилата за отчетност и контрол и въведохме нов репортинг пакет за свързаните ни дружества. Сега вярвам, когато ми кажат, че подобна промяна изисква две години, защото, за да успеем в поставените срокове, преминахме през период на огромно натоварване. Днес обаче имам екип, с който много се гордея.

Насочих се към работа във финансовия сектор, защото винаги съм харесвала да се занимавам с цифри, задачи и анализи.

Сега е подходящо време за растеж, защото светът е по-потребителски ориентиран от всякога. Има огромен потенциал и стига да имаш добра идея, можеш лесно да осигуриш нужната инвестиция.

Нека не забравяме, че мотивацията е водещ фактор за успеха. Тя е вътрешното вдъхновение на хората да работят за постигане целите на организацията. За мен мотивацията е чувството, което не може да създадеш в един служител, може само да го засилваш, ако то вече съществува. Невинаги е обвързана с материални стимули, много е важно да можеш да покажеш на екипа си, че си доволен от свършеното.

Фото **Стоян Йотов**

Бойко **Сачански**, управител на BILLA България:

ИМАМЕ УСПЕШНО ПАРТНЬОРСТВО С БЪЛГАРСКИ ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ДОСТАВЧИЦИ

Г-н Сачански, BILLA има вече 105 магазина в България, а същевременно конкурентни вериги изпитват сериозни затруднения. Кой е двигателят на вашия растеж и на успеха?

- BILLA България държи на клиентите си. Ежедневно полагаме усилия да им предоставяме висококачествените продукти на достъпни цени. Искаме клиентите ни да се чувстват комфортно, пазарувайки при нас, и да знаят, че в наше лице винаги може да открият верен партньор. Най-големият успех за нас е удовлетворението на потребителите и затова непрекъснато се стремим да оправдаваме очакванията им. Вярваме, че именно това е причината за успеха на нашата верига.

- Какво сочат финансовите резултати и към какви решения ви тласкат те?

- BILLA е от търговските вериги лидери на българския пазар. Инвестирали сме повече от 540 млн. лв., осигурявайки работа и конкурентно възнаграждение на над 4300 служители. Фактът, че всяка седмица над 1 милион българи пазаруват при нас, ни мотивира да разрастваме мрежата си от магазини, подбирайки удобни за нашите клиенти локации из цялата страна.

- Конкуренцията в нишата, в която сте и вие, става все по-ожесточена. В какво се състои изкуството на доброто управление на една верига?

- Силната ценова конкуренция е полезна както за потребителите, така и за търговските вериги, защото действа като фактор, изискващ постоянно въвеждане на иновации, подобряване на качеството на предлаганите стоки и услуги. Така само най-добрите съумяват да оцелеят на пазара и да продължат да се развиват.

Основният фактор за доброто управление на една верига е подборът на отличен екип и инвестицията в развитието на всеки един негов представител. Нашите служители са двигателят на успеха на веригата, ключът към доброто обслужване и причината за удовлетворените клиенти. Затова държим колегите ни да се чувстват мотивирани и да реализират все по-високи постижения. През юли тази година открихме първата „Школа за експерти“ в България – специализиран обучителен център, в който подготвяме висококвалифицирани специалисти. Служителите ни ще придобиват ценни знания, свързани с работата в магазините, ще надграждат своите умения и ще развиват потенциала си.

- „Качество за всеки“ е слоган на веригата. Но защо клиентът да предпочете точно BILLA в разнообразието от предложения на пазара?

- Наш приоритет е да осигуряваме продукти с гарантиран произход. BILLA е веригата, в която всеки може да намери разнообразие от висококачествени продукти, които успоредно с това да се вписват в бюджета му. Благодарение на инициативата BILLA Card нашите клиенти имат възможност да купуват качествени продукти, възползвайки се от многобройни изгодни отстъпки от цената на над 600 специално подбрани стоки всеки месец. Предлагаме прясно изпечени хлебчета, които се пекат на всеки 30 минути от нашите сертифицирани пекари, както и вкусни готвени ястия, приготвени по здравословен начин, без пържене.

- Неотдавна BILLA България получи три златни медала за високо качество на предлаганите продукти - за пресни плодове и зеленчуци и прясно месо, както и за програмите за лоялност на веригата. На какво всъщност ги дължите?

- Сред основните ни приоритети е да предлагаме пресни и свежи хранителни продукти, които са с гарантирано качество. По отношение на плодовете и зеленчуците, подбираме внимателно сортовете и се уверяваме, че за тях се полагат грижи както от земеделските производители, така и от експертите на BILLA, които контролират качеството на продукцията и всички съпътстващи процеси – от момента на засаждането до транспорта и съхранението и излагането им в магазините. Също така BILLA спазва стриктни процедури за вътрешен и външен контрол на качеството на предлаганите стоки, с особен акцент на свежите продукти и отдел „Месо“. Прясното месо се доставя през ден в транжорните на веригата след специализирана проверка, а витрините в отдел „Месо“ подлежат на задължителен вътрешен перманентен контрол по няколко пъти на ден. Чрез стриктния контрол, който прилагаме, гарантираме високото качество, разпознато от българските потребители. Що се отнася до програмите за лоялност – отчитаме нарастващ интерес към BILLA Card. Само за последната година притежателите им са се увеличили с 13,7%, което е показателно за доверието, което клиентите ни

СКОРО ДОБРЕ РАЗВИТАТА МРЕЖА НА BILLA БЪЛГАРИЯ ЩЕ ВКЛЮЧВА **150 МАГАЗИНА НА УДОБНИ ЛОКАЦИИ В ЦЯЛАТА СТРАНА**

имат към нас. Делът на оборота на лоялните клиенти от общия оборот на компанията е 75%. Стремим се да индивидуализираме подхода си към всеки потребител, за да отговорим на персоналните потребности и смятаме, че това се оценява от нашите клиенти.

- Как работи програмата „Градините на BILLA“ и как става включването в нея? Има ли изключени от програмата?

- Имаме успешно партньорство с над 30 български производители. Предварително планираме колко плодове и зеленчуци ще продадем, като по този начин гарантираме на земеделците, че ще изкупим цялото договорено количество. Така рискът за тях намалява и те са склонни да предлагат продукцията си на по-добра изкупна цена, което пък води до по-ниска цена за крайния потребител. Горди сме, че в програмата ни са включени вече над 150 овощни и зеленчукови градини в цяла България и имаме амбицията да увеличаваме броя им, който към момента се е променял само в положителна посока.

- Как набавяте прясното месо, имате ли подобни договори с месопроизводители в България?

- Държим на качеството на предлаганото във веригата прясно месо, поради което внимателно подбираме месопроизводителите, с които работим. BILLA работи изключително с български доставчици, които от своя страна основно работят с българско месо. В отделни случаи наши доставчици внасят месо и от европейски произход - основно Германия и Испания.

- Упрек към международните вериги, които оперират в България, е, че те почти не дават шанс на български производители да се възползват от мащабите зад граница. Вие осигурявате ли подобна възможност за наши производители, които имат потенциал за големи обеми на продукцията си?

- Сътрудничеството ни с българските производители е важно за нас и програмата ни „Градините на BILLA“ носи позитиви за всички: и за земеделците, и за нашите клиенти, на които предлагаме плодове и зеленчуци с

Фото: Стоян Йотов

СИЛНАТА ЦЕНОВА КОНКУРЕНЦИЯ ДЕЙСТВА КАТО ФАКТОР ЗА **ПОСТОЯННО ВЪВЕЖДАНЕ НА ИНОВАЦИИ И ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА КАЧЕСТВОТО**

най-високо качество на достъпни цени. Тази есен започваме нова инициатива в подкрепа на българските производители на млечни продукти по БДС. През последните години увеличаваме броя на българските доставчици като тези тенденции ще продължат. За постоянното повишаване на производството на местни компании от BILLA инициирахме редица бизнес обучения за малките и средни български производители, които им помагат за достигането до нови пазари и сертификацията на продукцията им на европейско и световно ниво. Благодарение на BILLA няколко български производители на кроасани, сокове, пуканки и разтворими напитки намериха пазар в държави от Източна Европа.

- Какъв принос за развитието има програмата за лоялни клиенти и каква всъщност е цената тя да се поддържа?

- Изграждането на лоялни взаимоотношения с клиентите ни е двустранен процес. Ние им предлагаме свежа и качествена продукция на изгодни цени, а те ни гласуват доверие всеки ден, пазарувайки в магазините на BILLA България в цялата страна. Показател за това е и единствената потребителска класация у нас „Любимите марки“, където българските потребители определиха BILLA като любимата им верига за пазаруване. Това ни помага да гарантираме, че и занапред ще предлагаме високо качество на достъпни цени.

- Растежът е желан, но какви рискове крие сегашната ситуация на пазара в България? Кои са трудностите, които трябва да преодолявате?

- Трудностите неизменно съпътстват бизнеса, но ние се стремим да се придържаме към ценностите си и да предлагаме най-доброто на своите клиенти, независимо от предизвикателствата по пътя. Успех за BILLA е фактът, че поддържа едно и също високо ниво на обслужване и предлагане на качествена продукция в магазините ни в цялата страна.

- Кои от програмите ви за корпора-

Бойко Сачански е главен изпълнителен директор на Билла България. Завършил е МИО в УНСС, притежава и магистърска степен от Университета за административни науки в Шпайер, Германия. От 2000 г. работи за групата REWE, започвайки като управител на първия супермаркет Билла в България. Последователно заема позициите регионален мениджър и ръководител на отдел Маркетинг в Билла България. През 2010 г. оглавява отдел Продажби на Билла Русия, а 2012 г. става главен оперативен директор (COO) на Билла Русия. В началото на 2015 г. се връща в София първоначално като COO на Билла България.

тивна социална отговорност засега имат най-голям ефект и срещат широк отзвук?

- В BILLA държим да участваме активно в разрешаването на проблемите в обществото ни. Като социално отговорна компания заставаме зад значими каузи, които развиваме във времето. В тази връзка бяхме отличени като Компания на годината за 2015 г. в категорията „Етичен бизнес модел“ в ритейл сектора. Признание за работата си в сферата на корпоративната социална отговорност получихме и на Европейските бизнес награди, където компанията бе отличена като „Национален шампион“ в категорията „Екологична и корпоративна устойчивост“.

Инициативата, която достигна най-широк отзвук за 2016 г., е дългосрочната национална кампания „Ние обичаме България“. Всяка година BILLA България ще подкрепя по един от 100-те национални туристически обекта, които се нуждаят от поддръжка и реставрация. Тази година осигурихме финансова помощ от над 66 хил. лв. за един от най-значимите български символи – Паметника на свободата на връх Шипка. Дарението бе набрано от постъпленията от благотворителния концерт „Звезди пеят за България“, който се проведе през май тази година в „Арена Армеец“, от продажбата на брандирани тениски с едни от най-емблематичните български туристически обекти, както и 1% от продажбите на всички сертифицирани по БДС български млечни храни в магазините на веригата за периода 2-29 юни 2016 г. Щастливи сме, че активността бе възприета положително от всички българи, които се включиха в нея чрез някоя от организираните инициативи. Кампанията бе оценена и на годишните награди на B2B Media, където за нея BILLA получи златен приз за най-значима социално-отговорна кампания в България за 2016 г. и бе отличена с номинация в категорията „Бизнес проект на годината“. Успоредно с това развиваме няколко други проекта, които целят да разрешат различни социални проблеми. Съвместно с фондация „Искам бебе“ стартирахме инициатива в подкрепа на двойки с репродуктивни проблеми. През 2015 г. станахме първата търговска верига в България, която въведе политика на асистирано пазаруване. В момента тече и съвместна дългосрочна дарителска акция с БЧК за българи в тежко материално състояние. Всяка една от тези кампании е от изключително значение, тъй като чрез тях не само целим да подпомогнем директно конкретни групи хора, но също така и да насочим общественото внимание към съответните социални проблеми с убеждението, че заедно можем да постигнем повече в разрешаването им.

- Каква е ролята на собствените марки на BILLA и каква част от реализираната у нас продукция е дело на български производители?

- Общо около 10% от бизнеса ни в стойност минава през собствените марки - Clever, Billa, Billa Premium. В количество процентът е може би малко повече. Интересът към тях е голям – над планираните от нас стойности. Така че ние сме доволни. В супермаркет сегмента собствените марки имат голям, но недостатъчно развит потенциал, който се очаква да бъде реализиран чрез обогатяване на портфолиото с позициониране не само в ниския, но и в премиум сегмента. За нас собствената марка значи гаранция за качество и сигурност при производството. Непрестанно работим с български доставчици и инвестираме в тяхното обучение, защото искаме да повишим стандарта на местното производство. Голяма част от продуктите, предлагани под нашите собствени марки – BILLA Brand, BILLA Premium и Clever, са произведени в България. Направили сме селекция сред най-добрите български производители с най-качествени крайни продукти, които предлагаме на възможно най-добрите цени.

- Какви са амбициите за развитието на веригата и кои са специфичните предизвикателства на българския пазар, с които трябва да се справяте?

- Вече 16 години българите ни гласуват голямо доверие, предпочитат богатия ни асортимент и пазаруват с удоволствие в нашите магазини. Именно това ни мотивира да разрастваме мрежата си, така че да можем да предложим същото високо качество и на потребителите в цялата страна. През 2016 г. вече сме отворили 8 магазина. До края на годината ще открием магазини и в София, и в Хасково. Амбицирани сме в близките няколко години да достигнем мрежа от 150 магазина в страната. Целта ни е да задоволим потребността на българските потребители да избират висококачествени продукти на достъпна цена, от различни и удобни локации.

- Пресни продукти, нови стоки, качество за всеки, промоции… - но кое в цялата динамика на управлението и развитието остава скрито за окото на потребителя?

- За тях остават скрити усилията, които всекидневно полагат нашите служители, партньори и производители. Всички заедно работим в името на това да продължаваме да предлагаме най-доброто на българския потребител.

СКОК КЪМ ГОЛЕМИТЕ **МОДНИ ПАЗАРИ**

автор: **Татяна Явашева**

Често добрите идеи за собствен бизнес се появяват, докато кроим други планове за развитието си. Така се създава и дигиталната агенция ARTery, която помага на независими модни брандове да разгърнат потенциала си на международния пазар. Съдействат на марки с индивидуален стил, които обръщат особено внимание при изработката на всяка дреха и не следват сляпо модните трендове като големите фирми за конфекция. Обикновено това са малки екипи, които обслужват специфични таргет групи от ценители, които търсят различното и плащат добра цена за майсторска изработка. От възможностите на ARTery се ползват някои от „шампионите“ на местния пазар – Fede, Lena-Lena, Maria Queen Maria, ILMNE, Garderob, Gizda, Nikolay Bozhilov, Omnitom. Българските брандове са около 80% от клиентите им, като все повече нараства броят на партньори от други страни, сред които Австралия, Израел, Русия, Естония, Македония.

Пътят

Двамата основатели на ARTery Илиян Опрев и Пламен Шалъфов са съученици от Немската гимназия в София. После Илиян учи маркетинг в УНСС и магистратура по предприемачество във ВУЗФ, а Пламен – бизнес администрация в СУ „Св. Климент Охридски“ и в Лайпциг. След дипломирането си Илиян работи като маркетинг специалист в няколко стартиращи фирми, а после става част от екипа на голяма италианска компания за мениджмънт консултиране. Междувременно Пламен изкарва шестмесечен стаж в Бундестага в Берлин, връща се в България и започва работа като икономически анализатор в Центъра за изследване на демокрацията. Успоредно с това помага на приятелката си Катя да развива своята модна марка Gizda. Пътищата на Пламен и Илиян отново се пресичат и Илиян се включва с усилия да изгради присъствието на Gizda в американската платформа Etsy. И за двамата това е първият досег със света на модния дизайн, но с навлизането в него започват да се очертават много добри възможности за прилагане на техните бизнес умения. През лятото на 2014 г. Пламен участва в интензивната Summer Entrepreneurship Program в САЩ, организирана от фондация „Америка за България“. При завръщането си в София с Илиян решават да започнат свой бизнес и изцяло да му се посветят. Създават ARTery и още в началото на 2015 г. проектът им е подкрепен от акселератора Eleven. Така получават интензивно обучение, достъп до менторската им мрежа и начално финансиране за развитие на дигиталната модна агенция.

Територия

ARTery има собствен софтуер за управление на онлайн магазини, интегриран с най-голямата платформа за дизайнерски продукти, и работи с над 50 дизайнерски бранда от България и чужбина, а екипът е от общо седем човека. Освен двамата съосновватели, които отговарят за цялостното бизнес развитие, трима маркетинг специалисти поддържат комуникацията с дизайнерите и работата по всеки отделен магазин. Те правят проучване на модни трендове, грижат се за създаване на бранд идентичност, продуктови описания, оптимизация за трафик, комуникация с крайни потребители. Разработването и развитието на специализирания софтуер е възложено на двама външни IT специалисти, които са от екипа на бутиковата компания Code Runners. Клиентите на ARTery получават

ЗА ДВЕ ГОДИНИ С ДВА РУНДА ФИНАНСИРАНЕ ОТ ELEVEN КОМПАНИЯТА ARTERY УСПЯ ДА СЕ НАЛОЖИ КАТО НЕОБХОДИМОТО РЕШЕНИЕ ЗА РЕДИЦА БРАНДОВЕ ОТ БЪЛГАРИЯ И ЧУЖБИНА

Бизнес моделът на ARTery се основава на дългосрочно партньорство със споделяне на риска, при което приходите ни се генерират най-вече като процент от реализираните продажби, уточняват Илиян Опрев (вдясно) и Пламен Шалъфов

Фото: **Стоян Йотов**

в пакет съобразена със спецификата на модния дизайн експертиза в сферата на електронната търговия, финансите, предприемачеството и информационните технологии.

Пазарната ниша

Компанията развива присъствието на клиентите си в международни онлайн канали за продажби директно към крайните потребители. „През последните години моделът на директни продажби все повече се налага като единствен шанс за изгряващите дизайнери, от които малцина имат нужните ресурси да си позволят скъпото участие в международни изложения или пък неизгодните условия на прекупвачи и търговци на едро“, твърди Илиян Опрев. Двамата предприемачи установяват, че в тази ниша най-перспективният канал за директни продажби е американската платформа Etsy, а след нея се нареждат немската Dawanda, Asos във Великобритания и Livemaster в Русия. Специално в България пазарът на дизайнерска мода е изключително малък и трудно може да подкрепи растежа на брандове с по-големи амбиции. За тях ARTery се явява бизнес партньорът с нужното ноу-хау за реализиране на продуктите им на международната сцена. „Освен маркетинг ноу-хау, всеки бранд, с който започнем да работим, получава и достъп до изградената от нас подкрепяща растежа инфраструктура - преференциални условия за

Фото: **Стоян Йотов**

Екипът на дигиталната агенция

експресна доставка и фотография, изгодно снабдяване с материали, както и финансово и счетоводно консултиране. Обединявайки множество модни брандове под една шапка, реализираме икономии от мащаба, които иначе са невъзможни за всеки от тях поотделно“, обяснява Пламен Шалъфов. С помощта на ARTery брандовете достигат до огромен платежоспособен пазар и по този начин увеличават многократно приходите си. За много от клиентите им международните продажби бързо изпреварват тези от досегашните им канали, а някои се фокусират изцяло към външните пазари. Но не всички брандове са готови за конкуренцията на световно ниво.

Възможности

Сърцевината на услугата на ARTery е изграждането и дългосрочното управление на успешни онлайн магазини в най-големите световни платформи за дизайнерски продукти. Ангажиментът включва създаване на бранд послания, текстове и продуктови описания, оптимизация на ключови думи спрямо алгоритмите на различните платформи, комуникация от името на автора с крайните клиенти, предоставяне на пазарни анализи за особености, ценови равнища и най-търсените продукти в различни ниши. Сред лостове за привличане на допълнително внимание се нареждат преговорите с влиятелни блогъри и управлението на Фейсбук рекламата. Екипът на ARTery професионално използва три езика – английски, немски и руски – а специализираният им софтуер дава предимство при събиране и обработка на пазарни данни за търсене и предлагане. Чрез ARTery дизайнерите си осигуряват продажби, при които първо получават парите, а след това произвеждат продукта. Това им спестява затварянето на средства в наличности, избягва се лошата практика за забавяне на плащанията, а също и консигнацията, характерна за повечето бутици.

Българската ARTery вече е фактор на промяната за редица модни брандове. Но колко е високо небето на неограничените им възможности, това само бъдещето ще покаже.

ОПИТ

С УВЕРЕНА КРАЧКА НАПРЕД

Един от най-важните уроци за ARTery от акселераторската програма на Eleven, получените два рунда на финансиране и от цялостния им опит досега е свързан с огромното влияние на средата върху бизнес развитието. Затова и държат да работят в споделени работни пространства, като в момента са в Cosmos Coworking Camp на ул. „Ангел Кънчев“ 3 в София, където по интересен начин се пресичат и смесват дизайн, информационни технологии, маркетинг, медии и мода.

Съветът на Илиян Опрев и Пламен Шалъфов е всеки, който стартира собствен бизнес, на първо място да се фокусира върху намирането на истински проблем, да има реален контакт с потенциалните си клиенти, да се научи да слуша повече и да задава добри въпроси, вместо да говори и да убеждава. Реализмът на предприемачите, подкрепен от постоянна връзка с пазара, е сред най-ценните ресурси за всеки бизнес и помага да се избегнат неразумни инвестиции на време, енергия и средства. Осигуряването на платежоспособни клиенти, които оценяват реалната полза от даден нов продукт или услуга, е от огромна важност за всеки нов бизнес, за да се оцени неговият истински потенциал и приложимост на пазара.

Саймън Бъкнал разкри на мениджърите успешните стратегии за публична реч

БИЗНЕС ПО ВРЕМЕ НА БУРЯ

Първият по рода си у нас, а и в света 5D семинар „Бизнес буря“ се развихри над София в началото на септември. Форумът бе воден от международния бизнес консултант и лектор по публични комуникации Саймън Бъкнал, който проведе 4 интерактивни мастър обучения - тайните на комуникацията, как да говорим пред аудитория, как да продаваме чрез бизнес истории и как да подобрим презентаторските си умения.

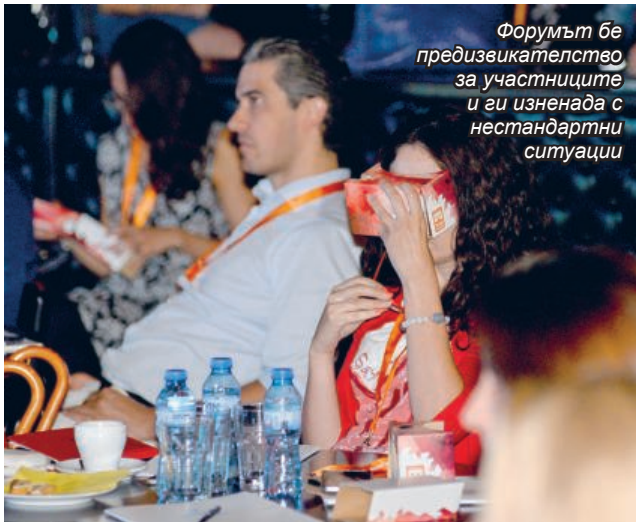
Форматът ще се пренесе и в Европа, увери организаторът на събитието Темелко Дечев

Докато търсеха решения на предизвикателни и нестандартни бизнес казуси, сетивата на участниците – десетки мениджъри и предприемачи, бяха разтърсени от 5D ефекти, които ги поставят извън зоната на комфорт - нещо често случващо се в бизнеса.

Важно е да има яснота в посланията на всеки презентатор, това е първото и най-важно условие при публична реч, изтъкна Саймън Бъкнал. Говорете за конкретни проблеми, ситуации и контекст, за да ангажирате публиката си. Ако не привлечете вниманието на хората, не може да очаквате да се случи промяна, категоричен бе той.

Форумът съчета бизнес обучения, емоционални и интерактивни преживявания, форум на бизнес експерти и уъркшоп. Аудиторията имаше шанса да чуе и водещи български лектори - Светлин Наков - основател на „СофтУни“, Марина Стефанова – директор „Устойчиво развитие“ на Сдружение „Българска мрежа на Глобалния Договор на ООН“, д-р Красимира Чемишанска – президент на Американската търговска камара в България и изпълнителен директор на „Амджен България“, Анета Бенкова – SAP експерт.

През пролетта на 2017 г. „Бизнес буря“ ще се проведе в Лисабон, Португалия. Водят се преговори и за провеждането му в Барселона, Милано и Берлин, разкри организаторът на събитието Темелко Дечев.


Форумът бе предизвикателство за участниците и ги изненада с нестандартни ситуации

ЕСКЕЙП СТАИТЕ

НОВАТА РАЗВЛЕКАТЕЛНА МАНИЯ

автор: **Александър Александров**

„Стани обирджия номер едно!“, „Избягай от древна египетска гробница!“, „Изправи се срещу изкуствен интелект, управляващ целия свят!“ - на подобни странни призиви може да попадне всеки български потребител на интернет, който разглежда сайтовете на някои от най-популярните ескейп стаи в България. Става въпрос за един относително нов развлекателен бизнес, при който клиентите биват заключени за час в стая или в по-голямо затворено пространство и трябва да използват своята интелигентност и проницателност, за да открият начин да излязат. В повечето подобни обекти пъзелите, загадките и иновациите са преплетени с уникален сюжет, разказващ древна история, футуристичен или пък криминален сценарий. А често художественият елемент е толкова силен, че според много от участниците наблюдаваме

зараждането на истинско ново изкуство

Ескейп стаите (от английското escape – бягство), които са наричани понякога и „пъзел стаи“, съществуват относително от скоро. Началото на този бранш в България се

С НАД 140 ТАКИВА ОБЕКТА БЪЛГАРИЯ ВЕЧЕ Е СРЕД ВОДЕЩИТЕ СТРАНИ В СВЕТА ПО РАЗВИТИЕ НА ESCAPE ROOM БРАНША, А СПОРЕД МНОГО ОТ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ - И ПО ОТНОШЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО И ИЗПОЛЗВАНИТЕ ИНОВАЦИИ

заражда преди по-малко от три години, но вече са един от най-бързо разрастващите се развлекателни сегменти. Само у нас броят на този тип обекти вече надминава 150. В това отношение страната ни всъщност е на челни позиции в световен мащаб, като в повечето европейски държави броят на ескейп стаите е под 100. И по всичко личи, че лидерската ни позиция ще се запази и в бъдеще, предвид, че браншът тепърва ще се разраства в България. „Поне

20 нови заглавия ни очакват

в следващите месеци“ - споделя пред сп. „Икономика“ Александър Ангелов, който е съосновател на първата такава стая у нас Dextrophobia Rooms и всъщност е първият човек, решил да прави такъв проект в България.

„За идеята разбрах случайно, по време на служебен полет от брошура в самолета, която разказваше за най-новите и интересни забавления и атракции в Унгария“ - споделя Ангелов. Още щом се връща в България, той решава да създаде първата българска ескейп стая. Събира приятели и съмишленици, с които започват да обмислят как може да се направи такова нещо. „Едно от първите предизвикателства, пред които се изправихме, беше да разкажем по разбираем и атрактивен начин какво всъщност представлява този тип забавление. Пример за трудностите ни в този период беше участието ни на организираното тогава състезание за стартъпи 3Challenge от клуба по предприемачество Start It Smart, на което отпаднахме още в първи кръг. Коментарите към нас бяха „Защо не го направите онлайн?““ - добавя Александър. Екипът обаче не се отказва и година по-късно се включва в първото издание на преакселераторската програма на Start It Smart SIS PreAccelerator, която е наследник на състезанието. Днес Dextrophobia Rooms безспорно е един от най-успешните проекти в портфолиото на програмата и не би било преувеличено да се каже, че младежите всъщност са вдъхновили създаването на цял един нов бранш, включващ десетки малки бизнеси.

По-късно друга голяма трудност за развитието на проекта, която идва също толкова неочаквано, се оказва

огромният първоначален интерес

към ескейп стаите. Въпреки безспорните плюсове за цялостното развитие на пазара, това се оказва много труден период за Dextrophobia, с безброй изпуснати възможности. Днес браншът се развива устойчиво, а интересът нараства плавно. Започнаха да се провеждат и първите турнири в пъзел стаи, които добавят състезателен елемент към това развлечение.

„Докато огромното разнообразие от стаи в София и страната е страхотна възможност за потребителите, които могат да изберат между участие във война между хора и роботи, вживяване в ролята на Индиана Джоунс и влизане в „Матрицата“, за собствениците предизвикателството за диверсифицирането и налагането на собствения бранд сред останалите е огромно. Това важи в още по-голяма степен за новооткритите стаи и направи „цената“ за влизане на пазара много по-висока от предвиденото от тях“ - обяснява Ангелов.

Според него технологиите играят и ще играят все по-значима роля в проектите от този тип. „В основата си най-голямото предизвикателство за всеки собственик на room escape е фактът, че използваме в стаите си сложна комбинация от електроника и механика, която в крайна сметка можем да доведем до сравнително ранна фаза на прототип. Същите тези 20 или 30 прототипа, които наричаме пъзели, след това се опаковат в „стая“ и се предлагат като завършен продукт. Това крие огромни предизвикателства, рискове и неизвестни, които са почти непредвидими на ниво дизайн“ добавя основателят на първата българска ескейп стая. В бранша се използват някои от най-иновативните технологии, включително такива за

виртуална реалност

и добавена реалност. Нараства и значението на художествения елемент, а много от фирмите в бранша вече наемат професионални писатели.

Качеството също се увеличава. „Поради високата и почти безпрецедентна конкуренция на българския пазар, качеството на самите продукти с времето се повиши значително и по мое лично мнение е на топ ниво спрямо световните стандарти. Опитът ми в други стаи от Европа и САЩ показва, че тук разполагаме с едни от най-поглъщащите и най-високо технологични стаи в света“ - добавя Александър Ангелов. Според него за българския пазар е интересно, че две години след първоначалния бум на жанра у нас потребителите вече са ясно обособени. От една страна съществува не малка група от фенове, които са създали цяла сплотена общност и посещават повечето от стаите. Те често пишат своите преживявания в интернет, превръщат се в доброволни популяризатори и публикуват ревюта в социалните мрежи. Вече не липсва и уебсайт, наречен Vsichkistai.bg, който отразява бранша, представя стаите и е посветен изцяло на темата. В същото време има и страшно много потенциални потребители, които имат принципен интерес да посетят подобно забавление, но многократно им е липсвала необходимата мотивация да го направят. Именно те са едни от най-трудните за привличане клиенти и основната цел на собствениците на escape room проекти е да достигнат до тях.

„Ескейп стаите вече са познати като възможност на голяма част от потребителите и причината за осъществяването на резервацията днес е не „защото е готино“, а е обоснована от същинска нужда и желание на клиентите да използват услугата. Това вече е нормалното състояние на пазара. Голяма част от собствениците на стаи останаха „излъгани“ от първоначалната атмосфера и трудно се пригаждат към това нормално и много по-скъпо трасе за привличане на клиенти. В по-дългосрочен план, вярваме, че наличието на толкова на брой и толкова интересни локации може да бъде надградено с предлагането на други различни още по-мащабни забавления за гостите ни“ - добавя Ангелов.

Светла **Боянова**, изпълнителен директор на „Агрион Финанс":

ОТПУСКАМЕ КРЕДИТИ И ЛИЗИНГ „ПО МЯРКА" НА **БЪЛГАРСКИЯ ФЕРМЕР**

автор: **Гергана Топалова**

Г-жо Боянова, защо „Агрион" реши да влезе на кредитния пазар за земеделие?

- „Агрион" се наложи като лидер в управлението на земеделски активи. Компанията работи с голям брой производители, арендатори и фермери и познава особеностите на пазара от първо лице. Така много точно успя да конкретизира предизвикателствата, пред които е изправен този вид бизнес. Едно от тях е именно достъпът до адекватно финансиране. Фермерите имат нужда от доверен партньор, който познава сектора, оценява успехите, които са постигнали, и вижда трудностите пред тях, така че да им предложи адекватни финансови решения, отговарящи изцяло на спецификите и нуждите им. Това мотивира компанията да създаде „Агрион Финанс".

- Какво точно представлява дружеството и какви продукти предлага?

- Ние сме регистрирани като финансово дружество за отпускане на кредити и лизинг в БНБ съгласно всички законодателни изисквания. Основната ни задача е да подобрим достъпа до финансиране в земеделския сектор, и най-вече за средните и по-малки фермери, които по една или друга причина не могат да получат средства. Разработили сме три вида продукти. Това са оборотни кредити, инвестиционни кредити и лизинг за покупка на земя. Оборотното финансиране покрива нуждата от свежи пари за ежемесечни разходи – за торове и препарати, за работни заплати и други. Инвестиционният кредит е подходящ както за купуването на земя, така и за покупката на нова техника, за изграждане на складови бази, като цяло за модернизация. Най-търсеният продукт в момента обаче си остава лизингът за покупка на земя.

- Какви са предимствата на лизинга като финансов продукт?

- На практика фермерът тегли кредит, с който купува земя, която след изплащането му остава негова собственост. Лизингът позволява на арендаторите да увеличат обработваните парцели на цена в сегашния момент, без да плащат за тях цялата сума. Така намаляват и бъдещите си разходи за рента. Освен това сумарно за периода на лизинга лихвите възлизат на по-ниска сума от тази, която стопаните биха платили като рента, ако не купят земята, която обработват. За тяхно улеснение ние, например, предлагаме до 10-годишни индивидуални погасителни планове, където вноските могат да се разпределят по една на година. В обобщение лизингът стимулира дългосрочните инвестиции в земеделието и улеснява покупката на един толкова специфичен актив като земеделската земя.

- Какво обезпечение приемате и финансирате ли на 100% заемите?

- Разработените финансови продукти на „Агрион Финанс" са срещу обезпечение земеделска земя. За кредитите финансирането ни покрива до 80% от оценката й, което е сред най-високите на пазара, а за лизинга – 100%. При лизинга това означава, че фермерът не дължи встъпителна вноска, ако оценката за заложения актив съвпада с цената, която е договорил. На практика не се налага да затваря свободните си средства в покупката.

- Какви са разликите между финансирането в „Агрион Финанс" и банковото например?

- Това, което ни различава от много други, е фактът, че поемаме риска заедно с нашите клиенти, но и нещо повече - гласуваме им кредит на доверие, защото познаваме техния бизнес, говорим на един език, работим рамо до рамо. Често в разговорите ни с фермерите те споделят за предизвикателствата, с които се сблъскат: огромния брой документи и тромавата процедура при самото кандидатстване. Земеделците се притесняват и от изискваното обезпечение. Затова сме разработили улеснена процедура, която от искането до отпускане на средствата по банковата сметка на клиента отнема няколко дни. При традиционното финансиране процесът е по-дълъг - два-три месеца. Изискваме по-малко документи, правим реална пазарна оценка на земята, предлагаме гъвкави схеми за погасяване. Освен на националното покритие от офиси, клиентът може да разчита на наш представител, който да отиде при него в удобно време и място. Друго наше предимство е, че можем да подготвим необходимите

ФЕРМЕРИТЕ ИМАТ НУЖДА ОТ ДОВЕРЕН ПАРТНЬОР, КОЙТО ПОЗНАВА СЕКТОРА, ОЦЕНЯВА УСПЕХИТЕ, КОИТО СА ПОСТИГНАЛИ, И ВИЖДА ТРУДНОСТИТЕ ПРЕД ТЯХ

СЪОБРАЗИЛИ СМЕ ФИНАНСОВИТЕ СИ УСЛОВИЯ ИЗЦЯЛО С ОСОБЕНОСТИТЕ НА ЗЕМЕДЕЛСКИЯ БИЗНЕС, **ТАКА ЧЕ ДА ПРЕДЛОЖИМ РАЗУМНИ РЕШЕНИЯ**

документи от негово име, ако желае.

- Какви такси и комисиони събирате?

- Съобразили сме финансовите си условия изцяло с особеностите на земеделския бизнес на база на дългогодишния си опит при създаването и успешното управление на водещата компания за покупко-продажби на поземлени активи „Агрион“. Всички наши продукти нямат скрити такси и комисиони и цената им може лесно да бъде изчислена. Не събираме нито такси за разглеждане, нито за обработка на документите. На практика клиентът не дължи нищо, преди да бъде сигурен, че ще получи желаното финансиране.

- Обмисляте ли пускането на други финансови продукти?

- В „Агрион Финанс“ постоянно следим нагласите на земеделците и взимаме предвид всяка обратна връзка от клиента. Това ни помага да подобряваме постоянно условията по финансовите продукти. До края на годината предстои да направим допълнителен анализ какви са потенциалните възможности на пазара и след като видим резултатите, можем да мислим за разширяване на портфолиото с нови продукти или услуги. Едно обаче е сигурно – ще продължим да работим спрямо нуждите на пазара и особеностите на агробизнеса.

- Каква е прогнозата ви за търсенето на кредити и лизинг на земеделска земя?

- Ако погледнем официалната статистика, кредитите за земеделие се увеличават. Данните на БНБ показват, че към юни 2016 г. банките са отпуснали кредити на сектор „Селско стопанство“ в размер на 1,69 млрд. лв., което е ръст от над 12 % на годишна база през второто тримесечие. Засилването на кредитния апетит показва, че фермерите са готови да поемат нови рискове и имат планове за разрастване. Това в по-общ план говори за събуждане на инвестиционните намерения и предприемачеството в посока малки и средни предприятия, което е добър знак за цялостното икономическо развитие. Очаквам тази положителна тенденция да се запази със същия темп и да се отрази в пренасочване към алтернативни и по-гъвкави финансиращи институции като нашата.

- Доколко кредитирането може да бъде инструмент за комасация?

- Както вече казах, финансовите продукти могат да се използват за покупка на още земя, като с тях отделният фермер има възможност да окрупни обработваемата площ. Но само по себе си кредитирането и лизингът не могат да бъдат основен катализатор за комасацията, тъй като тя е по-сложен и всеобхватен процес, който е въпрос на държавна политика, а не само на механично изчистване на собствеността на отделните парцели.

Светла Боянова е изпълнителен директор на „Агрион Финанс“ - специализирано дружество за кредитиране и лизинг за агросектора, част от „Агрион Инвест“. Тя е родена в гр. Сливен. Притежава магистърска степен по счетоводство и контрол и по маркетинг от Стопанската академия в Свищов. Кариерният й път е изцяло свързан със сектор земеделие, като от 2006 г. насам заема различни ръководни постове.

УЖИЛЕНИТЕ **ПЧЕЛАРИ**

автор: **Яна Колева**

Необичайно лоша и изключително недоходоносна година отчитат българските пчелари заради твърде ниския добив на мед през 2016-а. Толкова слаби резултати повечето от тях отдавна не са имали. Досега не се е случвало по време на цъфтеж на растенията пчелни семейства да умират от глад, казват опитни в занаята. „Една от причините е, че зимата беше сравнително топла и мека, а точно когато основните медоносни растения рапица и акация цъфтяха, беше много студено и валяха дъждове. Това не позволи пашата да се оползотвори, тъй като растенията се развиха твърде рано, а когато цъфнаха, изведнъж настъпи застудяване. Когато температурата е под 10 градуса, пчелите не напускат кошера и затова семействата не успяха да си съберат достатъчно храна“, обяснява доц. д-р Юлиян Станчев, председател на Областния пчеларски съюз в Плевен и член на УС на Обединения български пчеларски съюз.

Подкрепа

Министерството на земеделието прояви разбиране към проблема на пчеларите и Управителният съвет на фонд „Земеделие“ одобри минимална финансова помощ de minimis за подкрепа сектора през 2016 г. Тя е в размер на 4,379 млн. лв. и е предназначена за физически и юридически лица, еднолични търговци и кооперации, регистрирани към 29 февруари 2016 г. по Наредба 3 от 1999 г. за създаване и поддържане на регистър на земеделските стопани. Подпомагане ще получат пчелари, отглеждащи между 20 и 200 пчелни семейства, като за по-големите пчелини de minimis ще се предоставя за първите 200 кошера. Подкрепата за пчелно семейство ще е до 7 лева, но макар и малка, пчеларите я посрещат с радост, най-вече заради проявеното от държавата разбиране на техните проблеми и трудности.

На институционално ниво важността на пчеларството все повече се осъзнава и Министерството на земеделието и храните продължава да насърчава неговото развитие. Отчитайки значението на този сектор и търсейки решения на проблемите му, в началото на миналата година в Европейския парламент беше създадена работната група „Пчеларство и здраве на пчелите“. Инициативата бе на няколко евродепутати, сред тях и българката Мария Габриел, която оглави групата. Тревогата е наистина голяма, тъй като над 70% от храните в Европа зависят от пчелите. Ако броят им намалее, при много от културите степента на опрашването ще е ниска, съответно и добивите ще спаднат.

Добиви

Сектор „Пчеларство“ е изключително експортно ориентиран отрасъл и то в най-голяма степен от всички сектори в земеделието, твърди министърът на земеделието Десислава Танева. През миналата година у нас са произведени около 11 400 тона, от които 9400 тона са били за износ. Средно наполовина по-ниски са тазгодишните добиви в сравнение с 2015-а. По-добри резултати имат онези, които развиват мобилно пчеларство и техните пчели цяло лято са били в близост до пашата. За първи път по Програмата за развитие на селските райони ще има директна подкрепа за мобилното пчеларство по мярка „Агроекология и климат“ за осигуряване на разнообразна паша на пчелите.

Парадоксът е, че при тази слаба реколта цената е по-ниска от миналата година. Най-засегнати са биологичните пчелари, които спазват редица ограничения и не може чрез подхранване да влияят върху добива. Факт е, че изключително слабата паша е принудила някои пчелари да търсят решения на проблема, за да не са на тотална загуба. Проби на меда при някои са констатирали лошо качество заради завишено съдържание на глюкоза и фруктоза вследствие на обилно подхранване.

Вредители

Това, което нанася сериозни вреди, са болестите при

ЗАРАДИ СЛАБАТА РЕКОЛТА ОТ ПЧЕЛЕН МЕД ДЪРЖАВАТА **ОТПУСНА НАД 4,3 МЛН. ЛВ. ПОМОЩ ЗА ТОЗИ СЕКТОР**

пчелите. Предлага се подпомагане за лекарства, но от такава възможност може да се възползват само пчелари, регистрирани като земеделски производители. Те получават част от размера на средствата, които са вложили за борба с вароатозата. Заболяването се причинява от акар, който се е разпространил в почти цял свят и с него се води неравна битка. Той е причина за намаляване на пчелите в кошера и дори за гибелта на цели семейства. Нозематозата е друга паразитна болест, която също създава проблеми, но борбата срещу нея засега не подлежи на финансово подпомагане.

Според доц. Юлиян Станчев е време да се предвидят средства за профилактична програма срещу болестта американски гнилец, която е сред най-опасните при пчелите, тъй като засяга пилото. Причинява се от устойчива бактерия, която може да съществува в продължителен период от време, без да се прояви. Единственото познато средство за справяне със заболяването е цялото семейство заедно с кошера да се изгори. За жалост на някои места в страната това лято има регистрирани случаи на заразени кошери.

Екохармония

Нужно е да се създадат хармонични отношения между земеделските стопани и пчеларите, основани на разбиране и здрав морал. Пръскането с различни химикали обаче е проблем, който така и не намери трайно решение. Има незачитане на наредби, правила и норми, които са свързани с опазване здравето и живота на пчелите. Но редица селскостопански производители продължават да си позволяват да пръскат по време на цъфтеж и то точно когато пчелите вече са излезли на паша, а това ги убива.

По света има практика да се плаща за опрашване на културите, а у нас все още се шири неразбиране за ролята на пчелите. За американските пчелари опрашването често е основен доход, дори се правят търгове кой да извършва тази отговорна и добре платена дейност. Оказва се обаче, че и в България има наченки на подобна практика. Земеделските кооперации в района на с. Върбица, Плевенско, всяко лято плащат по 15 лв. на пчелно семейство за опрашването на рапицата и слънчогледа. Доц. Юлиян Станчев припомня, че Министерството на земеделието и храните е готвило разпоредба, която да регламентира отношенията между земеделските стопани и пчеларите по отношение на опрашването. Този документ същевременно е трябвало да подкрепи отказа от монокултурно земеделие и да насърчи отглеждането на медоносни култури, тъй като делът им в нашето селско стопанство стана изключително нисък, като основно се залага на рапица и слънчоглед. Производството на плодове и зеленчуци стигна критичен минимум и не е тайна, че над 90% от продукцията, която у нас се продава, е внос. Пчелари са на мнение, че има нужда от подобна разпоредба, но тя трябва да се прецизира. Още повече че горският фонд значително намаля и пчелите все по-трудно намират липа и акация, за да събират мед.

Развитие

Пчеларството в България е с традиции и продължава да се развива. Има пчелари, които силно увеличават броя на кошерите, водени от идеята да се възползват от мерките за финансово подпомагане на сектора. Начинаещи в занаята правят голяма инвестиция, а нямат капацитет да се справят. Това обаче е техен риск, тъй като при липса на умения за адекватна грижа за пчелите те може да загинат, и пчеларят да понесе големи загуби.

Реколта 2016 беше твърде слаба, но това не охлади ентусиазма на опитните производители на мед. То е само напомняне, че в пчеларството лесни пари няма. Надеждата е 2017-а да донесе по-високи добиви.

ЩРАУСИТЕ - МЕЖДУ БИЗНЕСА И АТРАКЦИЯТА

ФЕРМА ПРЕНЕСЕ АФРИКА В ПОЛИТЕ НА РИЛА

Фото: **Имран Сайед**

Щраусите са с много бизнес предимства

Елмира Димитрова, собственичката на „Щраусово забавление“, е неуморим гид за посетителите на фермата

автор: **Бранислава Бобанац**

Габи ни посреща първа. Дългокраката дама търчи развълнувана и извисява шия над оградата, за да огледа новата група гости. Приветства ни с „добре дошли“ по нейния си начин – покланя се и цялата трепти, махайки енергично с… крилата си.

Любопитната Габи е щрауска. Тя е една от 19-те внушителни, но и много дружелюбни птици, които се отглеждат в момента във фермата „Щраусово забавление“ в град Долна баня. Стопанката ѝ Елмира Димитрова е пренесла екзотиката на Африка върху площ от 16 декара само на 70 километра от София, в полите на Рила.

Забавления за малки и големи

Фермата напълно оправдава името си през почивните дни, когато потокът от любопитни посетители, най-вече семейства с деца, почти не спира. Територията на щраусите е гостоприемно отворена за всички, които искат отблизо да се срещнат с чудатите за нас внушителни африкански птици, „на живо“ да видят странната им походка на два пръста, колкото имат на дългите си тънки крака, и грациозното им бягане въпреки огромното тяло, да ги пипнат по красивите пера и да се порадват на темпераментното им поведение. Интересът към вълнуващите преживявания е огромен и силният туристически поток се е превърнал в едно от най-значимите „пера“ в бизнеса на стопанството.

Самата собственичка на фермата „Щраусово забавление“ Елмира Димитрова е гид на много от групите посетители. Невероятно енергична, тя развежда гостите си из стопанството и с любов ги запознава с питомците си, за които може да говори увлекателно с часове.

В „Щраусово забавление“ се отглеждат черни африкански щрауси, нарачени така заради черното оперение на мъжките индивиди. Птиците са атрактивни, защото стигат на височина до 2.80 метра, с тегло до 150-160 кг, а когато бягат, „крачката“ им е цели 3 метра, обяснява Елмира.

В Долна баня сега има четирима кавалери в компанията на 15 дами. Габи, Цвети, Валя периодично се разхождат между новопристигналите, отговаряйки им с взаимно любопитство – към цветните дрехи и блестящите бижута, които се опитват да клъвнат с човката си. Развълнуван от суматохата, и черният мъжкар Ангел, или Ачо на галено, се присъединява към групата. Пътьом Елмира успява пък да потуши шумна разправия, възникнала между три щрауски – „като във всеки офис“, смее се тя.

Атракцията за децата, а и за възрастните, е да хранят внушителните птици или да седнат върху тях. Домакините се трупат около гостите, когато Елмира донася пълна кофа с трева, и човките им лакомо затракват върху дървената подложка, с която по-смелите посетители им подават стръкчетата. За стопанката не е трудно да убеди женските щрауси да приседнат на земята, за да могат малчуганите да ги стигнат. Тежките птици са изключително дружелюбни и спокойно приемат поредното забавление на техен гръб, само че не издържат дълго и пак поемат важната си разходка. Ангел пък започва любовен танц.

Екскурзията из „Щраусово забавление“, която продължава повече от час, завършва в малкото ресторантче във фермата пак с атракции. Следва демонстрация как се пробива щраусово яйце – с… електрическа дрелка, а всеки може да опита омлет и крем карамел от щраусови яйца.

За Елмира Димитрова обаче освен забавление, ферма-

та е бизнес. Много добър, но и труден.

Ценни и висококачествени продукти

Черните африкански щрауси се използват най-често за развъждане във ферми, тъй като лесно се адаптират към нови условия. Въпреки че идват от гореща Африка, те могат да издържат и на температуратата от европейската зима. Отглеждането им представлява бизнес интерес най-вече заради висококачествените им месо, яйца, кожа и пера, които дават добра печалба. По експертни данни бизнесът с екзотичните птици изисква сериозни първоначални инвестиции - от около 150 - 200 000 лева. Толкова струва изграждането на необходимите постройки и инфраструктура, закупуването на специално оборудване, като трябва да се започне с минимум 10 щрауса.

Елмира Димитрова е коренячка софиянка, чиято любима територия сега са 16-те декара в Долна баня. Завършила е търговски техникум и музикална педагогика, работила е по втората си специалност с деца, но открива себе си, когато през 1999 г. започва да се занимава с бизнес. Първото й начинание е производство на екологично чисто брашно в мелница в Долна баня. Истинският й размах обаче идва с фермата за щрауси, която вече 12 години издържа на трудностите в бизнес климата у нас.

„Ето затова исках да започна да отглеждам щрауси“, казва Елмира, посочвайки ни в магазинчето към фермата редицата кутийки с кремове с използването на щраусова мас, която е един от най-ценните и скъпи козметични състав-ки със съдържанието си на 4.8 пъти повече омега мастни киселини от китовата мас. „Мечтаех да направя българска козметика на базата на щраусова мас, която е със силен антиейдж ефект и изключително полезна за хора с дерматологични проблеми“, подчертава тя.

Много преди да стигне до този етап и до този краен резултат, собственичката на фермата проучва цялата възможна информация за отглеждането на огромните африкански птици, посещава колеги в бранша у нас, в Турция, Австрия. От самото начало е убедена, че ще успее.

Щраусите са с много бизнес „предимства“. Те са тревопасни птици и не са капризни към храната. Пасат на територията на фермата, която за целта е разделена на много коридори, в порциона им се осигурява и фураж, от който на ден изяждат по около 1-1.5 кг. Щраусите са много чисти птици, те усвояват голяма част от храната и във фермата не мирише на тор, няма и замърсявания.

Един от най-ценните продукти, който щраусите дават, са огромните яйца. Едно от тях е колкото 25-30 кокоши. Женските започват да снасят от втората си година, като всяка година увеличават яйценосенето си, докато стигнат по едно яйце през ден. Интензивният им период на снасяне продължава 5-6 месеца в годината. Едно щраусово яйце струва 50 лева. Излюпването на малките щраусчета трае 40 дни.

Ценно като хранителни качества е и месото на щраусите, тъй като е с малко мазнини и почти нулев холестерол. Продажбата на яйца, пера и месо са основните приходоизточници на фермата „Щраусово забавление“. Птиците обаче не се унищожават целенасочено, а се използват месото и перата само на тези от тях, които се налага да бъдат убити заради счупвания на крак или врат, изрично уточнява собственичката.

„Реабилитация“ на щраусите

Елмира Димитрова си е поставила и друга цел – да развенчае разпространеното твърдение, че щраусите са глупави птици, защото при опасност заравят главата си в пясъка, като „мислят“, че така ще се „скрият“. Това е мит и трябва да се освободим от предразсъдъците си, защитава тя питомците си пред всяка група, която води на обиколка из фермата. Огромните птици, които живеят в полупустинните местности на север и на юг от Сахара, не се завират в пясъка като прикритие, а заради влажния пясък, който те поглъщат, за да утолят жаждата си, разяснява Елмира. Затова и бедуините внимателно следят действията на щраусите и копаят там, където те са пробивали с главите си, за да стигнат до източник на вода.

А самата тя доказва как се прави бизнес, без „да си завираш главата в пясъка“.

За сравнение - едно щраусово яйце е колкото 25-30 кокоши яйца

Малките щраусчета се отглеждат отделно, докато пораснат и се присъединят в общия двор

ВРЕМЕ ЗА НОВИ **БИЗНЕС ИДЕИ**

Нови Бизнес Идеи е конференция, чиято мисия е да насърчава развитието на бизнеса, като популяризира иновативни решения и споделя успешен опит. Тя ще се проведе на 4 и 5 ноември в Парадайз Център в София. Двигател на този амбициозен проект са агенцията за маркетинг комуникации и дигитален маркетинг Symbol Media Group, младежката предприемаческа организация Start it Smart и българският франчайзинг консултант Franchising.bg.

Намеренията

Изложението ще се проведе за шеста поредна година, но за първи път е насочено към реализиране на нови бизнес идеи в различни браншове, стартиращ бизнес, управление и развитие на вече установени бизнес модели, в това число и чрез франчайзинг модел. През годините този форум стана трамплин на много успешни проекти и подтик за всеки, който иска да стане предприемач или да създаде нова търговска марка. Събитието има и практическа насоченост. То може да спомогне за намиране на правилните решения и партньори за стартиране и развитие на бизнес. Лектори от различни сфери ще споделят опит и интересни практики.

Панелите

Организаторите на конференцията и тази година предлагат интересна програма, като основните панели са насочени към предприемачество, стартъпи, франчайзинг, управление на растежа и излизане на нови пазари. Панелът Get Inspired or Get Lost ще покаже, че теорията е едно, но при работа се иска да имаш широк поглед върху практики от различни сфери и винаги да търсиш най-правилните решения. Вторият панел Startup School ще даде знания за първите стъпки при създаването на компания. Franchising панелът се фокусира върху темата за франчайзинг моделите и тяхното развитие. Четвъртият панел Growth Management лекторите ще споделят своя опит как бизнесът расте, ще дадат съвети как да разширите и да инвестирате в своя екип, като най-ценния бизнес актив. По време на панела Start Business Abroad лекторите ще дадат насоки как да мислите глобално и да вземете предвид спецификите на съответния пазар, в който навлизате със своята дейност.

Конкурс

За хората с иновативно мислене организаторите отправят предизвикателство със състезанието Startup Competition. Конкурсът е отворен за всеки, който иска да представи пред широка публика свое бизнес начинание, да получи съвети за развитие на бизнес идеята си и да почерпи опит от успели бизнес модели. Трите най-добри проекта ще получат специално внимание и съвети за тяхното стартиране и развитие. Всеки с бизнес идея има право да се включи в конкурса до 15 октомври 2016 г. Повече информация за събитието и регистрация за участие - на www.businessideas.bg.

Възможности

Форумът е съпътстван от изложение. Фирмите участници в него може да представят своите продукти и услуги, да популяризират своя бранд, да се срещнат с потенциални клиенти и бъдещи партньори. И тази година организаторите на конференцията Нови Бизнес Идеи имат намерението да докажат, че интересът към нея е заслужен с новостите, които представя, и високото ниво, което поддържа.

КОНФЕРЕНЦИЯ СЪБИРА ЦВЕТА НА БЪЛГАРСКАТА ПРЕДПРИЕМАЧЕСКА ОБЩНОСТ НА **4 И 5 НОЕМВРИ В ПАРАДАЙЗ ЦЕНТЪР В СОФИЯ**

ПРАВИЛНОТО ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОЦИАЛНАТА МРЕЖА МОЖЕ ДА ДОПРИНЕСЕ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ПРОДУКТИ И УСЛУГИ, **НО ТОВА СТАВА С МНОГО УСИЛИЯ, А НЕ С НУЛЕВ БЮДЖЕТ**

КАК ДА УВЕЛИЧИМ ПРОДАЖБИТЕ ЧРЕЗ **ФЕЙСБУК МАРКЕТИНГ**

автор: **Яна Колева**

Фейсбук създава нови професии. Видяла подходяща възможност, Роси Георгиева превръща в бизнес страстта си към използването на социалната мрежа. Тя основава агенцията за Фейсбук маркетинг „Фейс Профитс“, на която е управител и собственик. Как се решила? Усещала социалната мрежа като свое пространство и един ден сформирала екип и „влязла“ с друга роля в него. Преминала е няколко специализирани курса – за копирайтинг, за кънтент и Фейсбук маркетинг. Бакалавърската ѝ степен също е по маркетинг, но теоретичната подготовка е основата, а опитът изгражда специалиста. „Правила съм много грешки при ползването на Фейсбук, но именно чрез тях научих много и вече се чувствам по-комфортно в мрежата. Курсовете и книгите дават знания, но не опиташ ли сам, няма как да си сигурен, че владееш ситуацията“, признава Роси. Работи с фирми от различни браншове – онлайн магазини и магазини за детски играчки, сервизи за компютри, банки, бизнес клубове, фирми в сферата на модата и козметиката, личностното развитие, здравословното хранене, а също със заведения, хотели, туристически агенции, спортни клубове и други. С някои от тях прилагат Фейсбук маркетинг и за чужди пазари. Услугите на „Фейс Профитс“ помагат при създаване на визуално и текстово съдържание, както за създаване и оптимизиране на рекламни кампании. Има компании, които предпочитат да бъдат консултирани или техен представител да бъде обучен за известен период от време, докато се почувства готов да вземе нещата в свои ръце. Затова Роси организира и практически обучения с цел повече хора да се научат успешно да прилагат този маркетингов инструмент.

Роси Георгиева съветва как да използваме Фейсбук, за да стигнем до повече клиенти:

Социалната мрежа трябва да работи в синхрон с другите звена на бизнеса и с всички останали аспекти от маркетинга на всяка компания, която ползва този инструмент, напомня Роси Георгиева

Фейсбук е постоянна изненада, защото непрестанно се променя и предлага новости. Замислен е по начин, който позволява да е личен и информативен. За бизнеса силата на Фейсбук е във възможността да е близо до хората и да говори с тях. Социалната мрежа позволява да влезеш в тяхното ежедневие, да си с тях по време на почивка и на работа, да си част от цялото им живеене. През Фейсбук потребителят може да си поръча продукт за секунди, да изроптае, да направи комплимент, да задава въпроси – всичко това само с няколко клика. Не може да се правят сравнения с една брошура. Това направо е нереално, но е самата реалност.

Хиляди бизнеси, милиони хора, дори милиарди... Всички са вътре, а някои са там през голяма част от денонощието.

Скритата мощ

на Фейсбук е в огромния обхват от потенциални и реални клиенти и верни последователи. Това необятно пространство се превръща в бизнес машина. Създателите му търсят баланса между потребителите и бизнеса. Тук и двете страни на покупко-продажбата са важни, както и за двете страни има място. Силата на Фейсбук е в това, че дава възможност да достигнем до всички, които ползват социалната мрежа, таргетирайки ги прецизно с инструментите на мрежата. Също може и да влезем в диалог и да изградим връзка с тях. Да направим така, че феновете да се превърнат в последователи, а след това в клиенти.

Важно е бизнесът първо да знае с каква цел ще използва Фейсбук – трафик към сайта, повече фенове, повече популярност - това са различни аспекти. Винаги може да се работи за всичко това едновременно, но е важно да се знае какви резултати гоним. Защото винаги има силни и слаби периоди в бизнеса и, ако нещо не върви както трябва, е важно да се намери причината за това. Също е важно да се знае какво може да се очаква от мрежата. Както всеки друг маркетингов инструмент, и Фейсбук си иска мисъл и време за разработване. Не става с едно щракване на пръстите – необходими

са разговори, тествания, разбиране, сработване между специалиста, който осъществява проекта, и фирмата, която го наема. Ако целта е наистина качествено позициониране, особено ако продуктите са висок клас, не е редно страницата да се управлява от човек без нужната компетентност, а от агенция и екип, който има опит и умее да представи продукта по най-добрия начин. Затова направете проучване, преди да решите на кого да поверите тази задача.

Но за какво трябва да се внимава, когато ползваме Фейсбук като

канал за комуникация

Кое може да навреди на имиджа… Отговорът е, че трябва с всичко да се внимава: Лошата визия, липсата на отговор при запитване, отвръщането на негативните коментари по негативен начин и т. н. Не бива обаче да има твърде големи очаквания от страна на бизнеса, особено когато бюджетът е твърде ограничен. Също така при лоша комуникация с възложителя екипът, ангажиран да прави Фейсбук маркетинг, трудно ще се справи. Липсата на синхрон между аспектите на бизнеса и неговия маркетинг веднага ще се усети. Компаниите трябва да са наясно, че липсата на добро обслужване извън социалната мрежа няма как да се компенсира от присъствието в нея. Много е важно да се съчетаят разбирането на мрежата и разбирането на бизнеса, защото с техническите знания, с опита и с познаването на самия продукт или услуга – резултатът във Фейсбук може да надмине и най-смелите очаквания. Но за присъствието във Фейсбук е важен всеки детайл на представянето. Непрофесионално е добре развит бизнес да разчита на лоши снимки и на слабо визуално представяне в мрежата. Недопустимо е популярен бизнес да пуска реклами с правописни грешки. Има една

тенденция при потребителите

на Фейсбук в България и тя е в негативните коментари и обратна връзка за скъпи продукти, които не могат да си позволят, или пък не разбират защо цената е толкова висока. Не се плашете, това е напълно нормално. Особено ако не сте доказан от години бранд. Но дори и за продукти в много висок ценови сегмент, Фейсбук би допринесъл като успешен маркетингов инструмент.

Компания, която не се доверява на Фейсбук като канал за управление на репутацията и популярността на своя бранд, губи шанса да използва най-евтиния маркетингов канал в интернет. Тя губи възможността да се доближи до още повече потребители и да стане още по-популярна и разпознаваема със своите марки. А е доказано, че във Фейсбук и с по-малко средства може да се постигат добри резултати.

Фейсбук проправя път до съзнанието на потребителите и може да ги провокира да проявят интерес към продукта или услугата. А дали ще купят, зависи от екипа по продажби на съответната компания, както и от други фактори, а не от екипа, който управлява кампанията в мрежата. Фейсбук дава възможности да намерим решения, но не е магическата пръчица, която без усилия да ни отведе на върха.

КОГАТО ЧРЕЗ ФЕЙСБУК ТЪРСИМ ПОПУЛЯРНОСТ ЗА СВОЯ БРАНД

1. Да се изясни целта, с която ще се използва Фейсбук.

2. Определя се бюджет. С малък бюджет не се прави огромна кампания.

3. Намира се правилният човек или екип, който да се грижи за доброто позициониране и представяне, както и за цялостната комуникация в социалната мрежа. Често, когато професионалистите поемат нещата в свои ръце, първоначалният замисъл се променя, защото хората с опит и знания са наясно кое е възможно и кое не.

4. Стратегията може да се мени по време на самата кампания, защото във Фейсбук всичко се мени динамично. Трябва да се адаптираме бързо, за да можем да бъдем „на гребена на вълната".

5. Поведението на потребителя е трудно да се предвиди. Много често акции и промоции, които са успешни извън мрежата, не успяват онлайн да задвижат „колелото". Трябва да сме готови и за такава ситуация и бързо да намерим верните решения, без да губим самообладание.

6. При някои Фейсбук показва резултати веднага и спомага за реализирането на продажбите още първата седмица. При други бизнеси може да отнеме доста повече време, затова е нужно търпение.

КОРАБОПЛАВАНЕ С ТРАДИЦИИ ОТ ВЕКОВЕ

NAVIGATION MARITIME BULGARE

1892

www.navbul.com

НАДЕЖДЕН ПАРТНЬОР

BŬLGARIYA

BULGARIA

В МОРСКИЯ ТРАНСПОРТ!

КРИЗИТЕ СА **ИЗПИТАНИЕ**

автор: **Мария Дойчинова**, ръководител „ПР и комуникации" на ЧЕЗ България

Климатичните аномалии по цялата земя стават все по-често явление. Именно климатичните промени се сочат като главната причина за нарастване честотата и силата на природните катаклизми и по ужасяващ начин човечеството вижда последствията от това. Земетресение с магнитуд 9 по скалата на Рихтер предизвика цунами, което порази североизточното крайбрежие на Япония през 2011 г.. Загинаха над 19 хил. души, а аварията в АЕЦ „Фукушима" остави незаличими последствия. Но това бедствие не е просто поредното съобщение в новините, което пряко не ни засяга. Така например 2010-а беше годината, сочена с най-висока концентрация на природни стихии за последните 30 години. Но природните бедствия не останаха в 2010 г. и не присъстват само в обзора на световните новини. Наводнения, земетресения, пожари и други природни стихии за съжаление не подминават и България.

Влиянието на климатичните промени

Като професионалист в областта на ПР в сферата на ютилити бизнеса през последните години наблюдавам и анализирам коренно променения начин, по който природните стихии влияят върху нашия живот и кризите, които преживяваме – като хора, като бизнес и като комуникатори. Станахме силно зависими от технологиите в областта на комуналните услуги и комуникациите, мобилността и нетуъркинга, които вече приемаме за даденост.

Често си задавам въпроса как климатичните изменения и природните бедствия променят живота ни и дали те са причината за по-голям брой и по-сериозни кризи. В ежедневие се превърнаха новините за разрушителни природни стихии, които стават все по-мощни, а последиците за жителите на нашата планета – все по-опустошителни. Климатичните промени и природните бедствия, заедно с тероризма, са една от най-дискутираните теми в световен мащаб. Силата на разгневената природа присъства в проучванията и анализите на учени от почти всяка област на човешкото познание, този проблем влезе и в някои от най-зрелищните филми на Холивуд. Климатичните промени са във фокуса на глобални екологични конференции, международни споразумения и редица мерки, които целят да облекчат тежките последствия. Питаме се дали наистина бедствията ни връхлитат по-често и по-опустошително, как да съвместим високотехнологичния, комуникационно зависим и силно мобилен начин на живот с факта, че тези явления се случват независимо от нас и са по-силни от нас.

Ново или забравено старо

Да си припомним изригването на исландския вулкан с труднопроизносимото от нас име Ейяфятлайокутл през 2010 г. Ето как „Ройтерс" обобщи ситуацията: „Вулкан изригна в Южна Исландия, като разпръсна черен дим и пара във въздуха и отчасти стопи ледника, в който се намира. Стотици хора бяха принудени да се евакуират от беднонаселения район. Хиляди полети бяха отменени в няколко европейски държави заради носещата се във въздуха пепел. Ограниченията за хиляди полети продължиха близо месец". Случилото се недвусмислено ни показа колко уязвими сме днес от природните стихии. Вулканът в Исландия е изригнал и преди 200 години, но тогава със сигурност не е предизвикал този размер на кризата, която той създаде през 2010 г.

Спомняме си поредицата от наводнения и тежки снеговалежи, които засегнаха България през есента на 2014 г. и пролетно-зимния сезон на 2015 г. Свидетели сме на необичайни температурни аномалии и резки промени във времето, които се повтарят, и от изключение напоследък се превръщат в правило. Очевидно е, че промяна има и тя става трайна тенденция. Но статистиката сочи, че в България и преди 50, и преди 100 години е имало силни снеговалежи и заледявания, бури и наводнения. Преди 100 години обаче животът на хората не би се повлиял така драматично от факта, че в резултат на обилни снеговалежи няма ток или пътищата са непроходими. Реколтата е прибрана, зимнината е подготве-

Мария Дойчинова отговаря за разработването и изпълнението на комуникационни стратегии на ЧЕЗ България и за връзките с медиите. До 2010 г. е била директор "Комуникации" в "Софийска вода", Член е на International Public Relations Association и на Европейската асоциация на директорите по комуникация.

на, животните са в оборите, а хората са си вкъщи и няма закъде да бързат. Те не летят за международна конференция в чужбина, не зависят от електричеството, за да е топло и да приготвят храна, не се налага да пропътуват километри, за да отидат на работа. Когато днес електрозахранването прекъсне, това само по себе си е катастрофа, защото за всичко разчитаме на електричеството - от храна и топлина до информация.

В новата реалност

Живеем в нова реалност, която е комбинация от променения ни начин на живот и последиците от климатичните промени, при които природни стихии бушуват с по-голяма сила и честота. Затова ПР професионалистите в ютилити бизнеса, комуникационните компании, транспорта и институциите следва да настроят работата си спрямо тази нова действителност. Време е да променим нашето разбиране за

кризи, тяхното управление и превенция. Важна част от този процес е комуникацията.

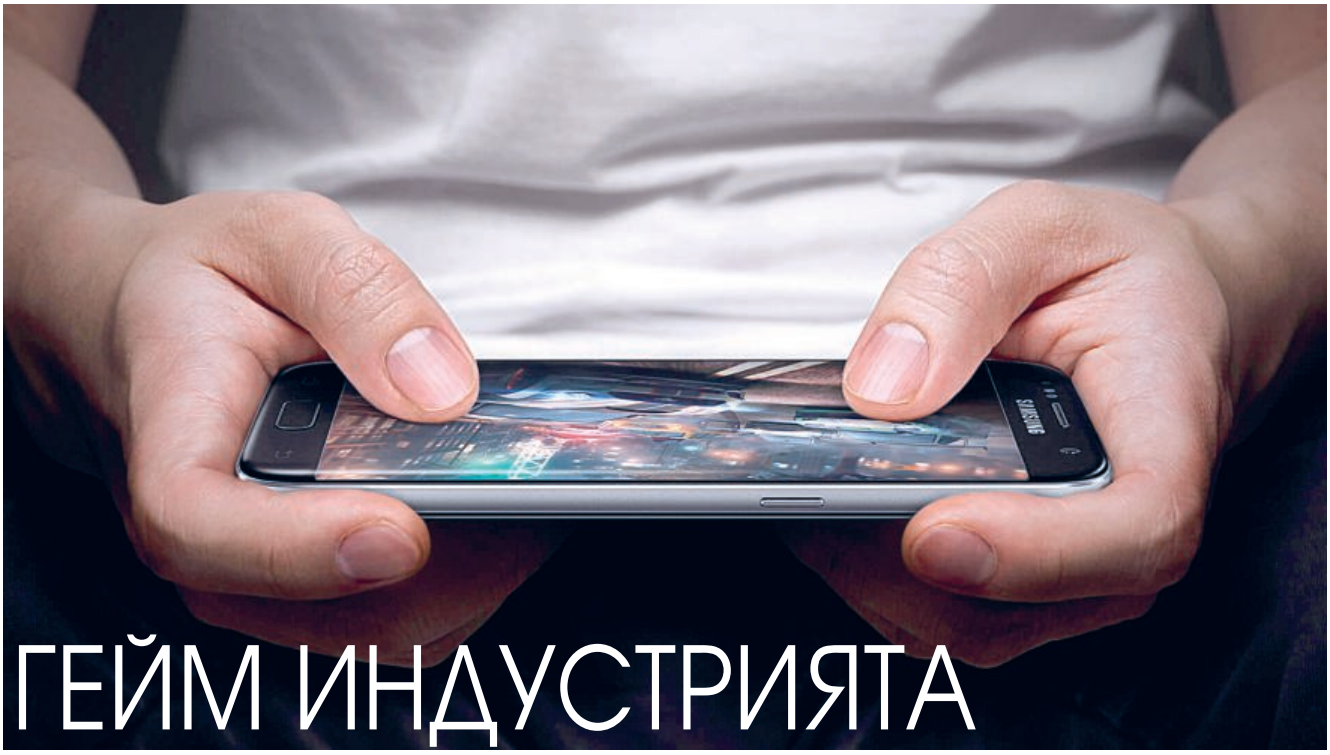
Когато лошо време предизвика авария в електроснабдяването, компанията трябва да е наясно с определени рискове, които сериозно могат да увредят нейната репутация и да доведат до материални и нематериални щети. На първо място са предизвикателствата от оперативен характер – проблемът трябва да бъде решен възможно най-бързо. Едновременно с това при кризисна ситуация обществото, институциите, медиите подлагат компанията на огромен натиск и остра критика. Нерядко, докато екипите се борят да отстранят последиците от природно бедствие, компанията е подложена на солидна доза критика и негативизъм. В резултат на това се повишава нивото на тревожност и на клиентите, но и на хората на всички нива в компанията. В такива случаи недоверието расте с всяка изминала минута. Всички негативи са за сметка на компанията, макар че никой не е бил в състояние да предвиди природното бедствие. Ето защо ние, ПР професионалистите, трябва да полагаме последователни усилия, за да подготвим обществеността и да дадем решения за комуникациите при този нов тип кризи.

Правилната реакция

Важно е предварително да знаем как да създадем най-добрия кризисен екип от професионалисти, които умеят да работят под напрежение. Когато кризата връхлети, независимо от това дали е в резултат на природно бедствие, дали е корпоративна или политическа, една група от хора трябва в рамките на много кратки срокове да вземе решения, които ще имат ключово, понякога необратимо значение. Напрежението, под което са поставени тези хора, може да извади на бял свят доста сериозни различия в поведението и характера на членовете на екипа. От качеството на решенията и от способностите на екипа зависи изходът от кризата – успех или катастрофа. Дори и изявени лидери в такава сложна ситуация трудно адаптират своя собствен управленски маниер. Но най-добрите успяват да намерят онзи стил и дух, който е подходящ в непредвидимата ситуация.

Колкото и изненадващи да са, кризите са изпитание, за което трябва да сме готови.

ПР ПРОФЕСИОНАЛИСТИТЕ В ЮТИЛИТИ БИЗНЕСА, КОМУНИКАЦИОННИТЕ КОМПАНИИ, ТРАНСПОРТА И ИНСТИТУЦИИТЕ **ТРЯБВА ДА СА ГОТОВИ ДА РЕАГИРАТ ПРИ НЕПРЕДВИДИМА СИТУАЦИЯ**



ГЕЙМ ИНДУСТРИЯТА НЕ Е ИГРА

автор: **Татяна Явашева**

Гейм индустрията в България бързо набира скорост. Расте броят на игрите, които имат успех извън пределите на страната, увеличава се броят на компаниите, а също и на сделките по сливания и придобивания на такъв бизнес.

Развитие

Гейм индустрията с единия крак е стъпила в софтуерния бизнес, а с другия - в развлекателната индустрия. Направата на игри не е игра, а тяхното създаване дори е много по-сложно в сравнение с всеки друг софтуер. От една страна, технологиите се развиват непрестанно, от друга - играчите търсят нови предизвикателства, затова в този бизнес се оцелява като се променяш постоянно.

България е сред страните в Европа, в които гейм индустрията намира добра почва за развитие. Сред най-успешните в този сектор у нас са компании като Crytek Black Sea, Haemimont Games, XS Software, Imperia Online. Никой с точност не може да посочи броя на фирмите и студията, които разработват игри. Но със сигурност в този бизнес са ангажирани над 1000 висококвалифицирани специалисти. Въпреки че има компании с най-висок стандарт на работа и популярни заглавия зад граница, според някои критични оценки нашата гейм индустрия все още е на ниво гаражна икономика. Добрата страна е, че IT секторът у нас се развива все по-успешно и това й дава сериозна опора. Възможността да се направи печеливша игра мотивира геймъри и софтуерни специалисти да поемат риска и да създават стартъпи, фокусирани изцяло върху разработването на нови игри.

Без граници

Игрите са дигитална стока, която не признава граници и може да завладее целия свят. Играта трябва да среща играч с играч и това е условие за успеха на една игра. Затова мултиплеър игрите имат по-голям шанс и над 90% от успешните игри са точно такива. Другото условие е играта да е в реално време. Тя също трябва да се харесва от играчите и да отговаря на редица изисквания. Но това, че отговаря на тях, все още не означава, че тя ще е успешна, обяснява Христо Нейчев, основател и изпълнителен директор на Tryad Games.

Всяка компания, която се фокусира върху разработването на игра, поема няколко риска. Първо, дали изобщо ще успее да направи игра. Често стартъпите стигат донякъде и се отказват - било поради недостиг на средства, било заради валидация, че нямат шанс, било по други причини. А дори продуктът да е готов, трябва да се реши въпросът с монетизацията. Инвеститорите диверсифицират риска, като инвестират в повече компании, които правят игри, с надеждата поне една от тях да успее.

Нов етап

Важен момент в развитието бе преходът от браузър базирани игри, които са от ерата преди масовото навлизане на смартфоните, към мобилни версии. От седем години насам мобилната гейм индустрия набира все по-голяма сила. Около 90% от играчите, които правят това през мобилни устройства, не са играли през друга платформа. Това са хора, които, ако не съществуваха смартфоните, нямаше да са играли мобилни игри. Мобилните игри дават възможност

ФИНАНСИРАНЕ СЕ НАМИРА ТРУДНО, РИСКЪТ Е МНОГО ГОЛЯМ, **НО РАСТЕ БРОЯТ НА ФИРМИТЕ, ГОТОВИ ДА ОПИТАТ**

за включването на повече играчи и затова те имат най-много потребители. Всеки, който има смартфон, е потенциален играч, но това не важи за всеки, който има персонален компютър, твърди Христо Нейчев. Виртуалната реалност е следваща стъпка, но това време все още не е дошло. Ще минат поне още няколко години, през които трябва още много да се направи, за да може тя да се превърне в двигател на ново поколение игри, твърди съоснователят на Imperia Online Доброслав Димитров.

Финансиране

Има хитови игри, които печелят много, а са разработени със сравнително ограничен ресурс. Някои от българските компании успяха да наберат финансиране чрез краудфъндинг (групово финансиране). Финансиране се намира и от рискови инвеститори. Има инвеститори, които специализират само в гейм индустрията и може да се търсят точно такива хора. Има и акселератори, които се насочват основно към разработчици на игри. Така компаниите няма нужда да атакуват всички акселератори, а да търсят само специализираните, препоръчват гейм компании, минали по този път. В Сан Франциско по-лесно може да се намери финансиране, но отидеш ли там, само за месец изхарчваш годишните разходи на компанията в България и Христо Нейчев вече е установил това от свой опит. Chobolabs обаче успешно набира финансиране в Силициевата долина, но те все още живеят живот на кредит, тъй като играта официално не е излязла на пазара. Ако тази мобилна игра стане хит, това ще създаде позитивна аура за българските гейм компании и те ще имат по-лесен достъп до финансиране.

Среда

Компаниите от гейм индустрията в България не гледат едни на други като на конкуренти. Ако бизнесът в тази сфера съумее да създаде необходимата екосистема, това ще допринесе за по-високите резултати. Необходимата инфраструктура постепенно се изгражда. Telus International от няколко години има присъствие в България и чрез своите колцентрове предлага услуги за гейм индустрията. Има и QA компании у нас, които правят поддръжка на качеството на софтуера. Има добри графични дизайнери, необходими за разработването на игри. Намират се дори и хора с опит в чужбина, които приемат да работят за компании, базирани в България. Факт е, че гейм индустрията, въпреки всички трудности, намира своя верен път.

УСЛОВИЯТА В БЪЛГАРИЯ

Силни страни

+ Наличие на добри професионалисти и силно развита софтуерна индустрия
+ Сравнително ниски разходи
+ Добра интернет връзка
+ Наличие на критична маса от гейм компании в страната
+ Няма вътрешна конкуренция между фирмите, а има обмен на ноу-хау

Слаби страни

- Липса на рисков капитал у нас и в региона, който целенасочено да инвестира в тази индустрия
- Слаби контакти с инвеститорите и със самата индустрия зад граница
- Малки шансове за привличане на голяма инвестиция
- Липса на добре изградена гейм екосистема
- Липса на достатъчно кадри

Доброслав **Димитров**, съосновател на Imperia Online:

Бързо излязохме на пазара

До голяма степен успехът ни се дължи на това, че бяхме навреме. Често с цел да се направи перфектен продукт се получава голямо забавяне и когато той стане готов, вече е много късно. Пуснахме играта през август 2005 г. и в движение я довършвахме. Иначе щяхме да изпуснем влака. Успяхме много бързо да излезем на пазара, а с английската версия през декември 2005-а бяхме и на глобалния пазар. Затова съветът ни към всички е възможно най-бързо да валидират своите идеи на пазара. Така донякъде ще имат яснота дали рискът си струва. Нашият успех е и в бързината ни, защото на четвъртия месец бяхме на пазара и докато потребителите я играеха, ние я доразвивахме.

Когато правиш стартъп, винаги поемаш голям риск. Ако искаш да спечелиш, трябва да рискуваш. Когато започвахме да развиваме компанията, ако знаехме всичко това, което знаем днес, нямаше да стартираме. Щяхме да решим, че е невъзможно двама души да развият продукт, с който да са на световния пазар. Затова понякога човек трябва просто да си повярва.

Животът на една игра зависи от това доколко успяваш да познаеш кое е следващото нещо, което играчите искат. Вече подготвяме седмата ѝ версия. И винаги има риск. В гейм индустрията може да направиш най-хубавата игра на света и пазарът да не я оцени. Това е доста обезкуражаващо. Хората, които създават игри, трябва да са наясно, че правят продукт, а не си играят на игри, тъй като това разминаване често е налице. Софтуерът за игри е изключително сложен за създаване. Начинът, по който трябва да са направени системите, трябва да е на високо ниво. Искат се много знания, прецизност и отговорност - нашата игра не може да си позволи да е офлайн дори за няколко минути.

Средата постоянно се променя и всеки в нея трябва постоянно да се променя. Не може със знанията от вчера да продължаваш утре. Играта трябва да е конкурентна, за да може да вкараш много хора в нея. Геймърите са от най-трудните клиенти, те са много придирчиви и всичко трябва да е с високо качество. Играчите трябва да са добре обгрижвани, иначе може да ги загубиш. Затова осигуряваме постоянна връзка с тях и те по всяко време може да поискат подкрепа или разяснение. Това Imperia Online прави на 28 езика чрез оператор, форум и имейли. Докато играта се разработва, екипът е по-малък. Когато се пусне, екипът започва да се разширява. С нашата игра Imperia Online в момента пряко са ангажирани над 80 души.

Светът вече е толкова силно свързан, че успехът може да се появи навсякъде. Всеки в тази индустрия би искал да знае магическата рецепта за успех. Присъствах на гейм конференция, на която един от лекторите в детайли обясни как работи играта на тяхната компания. „Споделяте тайни от вашия успех, не се ли страхувате, че някой ще ви копира“, беше първият въпрос от аудиторията. „Не, не се боя, защото повечето хора не са в състояния да повторят дори собствения си успех“, отвърна лекторът. И аз не познавам човек, който може да каже как да повторим успеха в гейм индустрията. Може да направиш същото, което и първия път, и нищо да не се получи. Всичко е в детайла, но най-често не е ясно в кой точно детайл. Има много статистики в тази насока, знаят се кои неща трябва да се правят и кои – не, но остава загадка каква точно е формулата на успешната игра.

Компаниите, които разполагат с външно финансиране и с външно ноу-хау, имат предимство, но е възможно и със собствени сили някой у нас да направи нещо забележимо. С Мони Дочев, с когото създадохме и развиваме Imperia Online, много сме мислили дали да привлечем външно финансиране, но прекалено много обичаме свободата и това продължава да ни възпира.

ЖИВОТЪТ НА ЕДНА ИГРА ЗАВИСИ ОТ ТОВА ДОКОЛКО УСПЯВАШ ДА ПОЗНАЕШ КОЕ Е СЛЕДВАЩОТО, **КОЕТО ИГРАЧИТЕ ИСКАТ**

ТРУДНО СЕ СЪЗДАВА ПОПУЛЯРНА ИГРА, **НО ОЩЕ ПО-ТРУДНО Е ДА НАМЕРИШ НАЧИН ИГРАЧИТЕ ДА ПЛАЩАТ С ….. УДОВОЛСТВИЕ**

Христо **Нейчев**, основател и изпълнителен директор на Tryad Games:

Няма рецепта как се прави хит

Струва ли си да отделя време, пари и усилия – този въпрос си го зададох преди две години, когато реших да създам гейм компания. Но отговорът е като при всеки друг стартъп – това е високорискова инвестиция, където степента на провал е към 99%. Само 1% от фирмите успяват. Всеки, който се заема с това, трябва да е наясно с този факт и да не го прави единствено с цел успех. Успехът ще е вторичен продукт, ако за теб тази работа е удоволствие. Дори да се провалиш с играта, на лично ниво си успял с това, че си правил нещо, което ти е интересно. Ако първата игра не стане хит, може да опиташ със следваща и в един момент успехът да дойде.

Имам приятел, който произвежда и продава биологичен мед. Там шансът за провал е много малък, но и шансът да стане мултимилиардна компания е нулев. Дори всичкият мед, който се произвежда в България, да минава през него, пак няма как да стане. А и е трудно да го продаваш в цял свят. Докато при игрите точно това не е никакъв проблем, друг е въпросът дали хората ще искат да я играят. Дори играта да е интересна и да се играе по цял свят, нямаш ли приходи от нея, не си успял. Рискът е много висок, но и печалбата може да е огромна. Ако не успее с първата игра, компанията продължава със следващата, като не спира да търси финансиране. Ако направи печеливша игра, продължава да я развива. Същевременно може да се присъедини към компания, която има пазарен успех, за да й помогне да стане още по-успешна.

Ако можеше да се предвиди каква игра би станала хит, това би спестило много усилия. Но пазарът е изненадващ, трудно е да се опише кое би се възприело от геймърите като забавно. Има редица компании, които са създали по една успешна игра, която се играе от години, а те повече не са в състояние да повторят успеха си. Имат парите, имат хората, имат знанията, но не могат да извадят на пазара втори хит. Правенето на игра не е като готвене по рецепта – слагаш продуктите в определена последователност и имаш предвидими резултати. Пазарът само донякъде е предвидим – ако играта се харесва много, тя се играе много и може да се харчат много пари за нея. Въпросът е, че мултимилионната игра няма ясни параметри. Има условия, на които тя трябва да отговаря, те обаче не гарантират успех. Но в случай, че не са изпълнени, успехът е далече.

Старият бизнес модел беше самата игра да се купи за определена сума. Сега доминира моделът, при който играта е безплатна, но може да се купуват ресурси за нея. Този модел предлага пакети за всеки джоб. Онзи, който има много пари, може да харчи неограничено. Дори се появи терминът „китове“ - това са играчи, които харчат десетки и стотици хиляди. И гейм индустрията е насочена към тях. Те са твърде малко на брой, например на 10 хил. души само един може да е такъв. От много неща зависи в коя игра „китът“ ще влага парите си.

Дилемата на хората, които разработват игри, е за кого е техният продукт – за тези 99%, които изобщо не плащат, дали е за онзи близо 1%, който плаща по нещо, или за този 1 промил, който харчи много. Дори да хванеш „кит“, той не може да е сам в играта, тъй като част от неговото удоволствие е да играе с други хора.

В Tryad Games сме изправени пред стандартната дилема как да си монетизираме играта. Бизнес моделът е ясен – всеки може да играе, без да плаща, но въпросът е как да мотивираме играчите да плащат, без да ги караме да правят това. Трябва да се намери онзи фин начин, при който играчите са така въвлечени в играта, че си плащат с удоволствие. Малко компании успяват да направят това, но съумеят ли, те стават печеливши.

ЕРАТА НА ДИГИТАЛНИТЕ КОМПАНИИ

автор: **Владимир Митев**

В информационната епоха технологичните компании изместват по тежест всички останали – включително финансовите и енергийните. През септември 2016 г. пет от шестте дружества с най-голяма капитализация на американските борси бяха свързани с дигиталните технологии. Към 9 септември лидер в САЩ и в света бе Apple с обща сума от стойността на акциите 555,7 млрд. долара. Следваха Alphabet (Google) – 541,9 млрд. долара, Microsoft – 438 млрд. долара, Facebook – 365 млрд. долара. Пети беше инвестиционният фонд на ветерана спекулант Уорън Бъфет – Berkshire Hathaway, с капитализация 362,4 млрд. долара. На шесто място се намираше Amazon с 360,4 млрд. долара. През август дори за кратко в топ 5 бяха все технологични компании.

Подобна тенденция се наблюдава и в Източна Азия. На 5 септември интернет компанията Tencent стана най-голямата в Китай по пазарна капитализация – 256,7 млрд. долара, като измести от върха телекомуникационния гигант China Mobile. По този начин Tencent, който набира 50% от приходите си от интернет игри, влезе в световния топ 10. Към върха в Източна Азия обаче се стреми и корейският конгломерат Samsung. Към 9 септември той отбелязва ръст в стойността на акциите си с 43,61% спрямо година по-рано. Това довежда общата сума от стойността им до 223,13 млрд. долара.

Сравнението с миналото очертава красноречива тенденция. През 2011 г. в топ 5 на компаниите в света са били 3 енергийни холдинга (Exxon, PetroChina и Shell), 1 банка – Industrial and Commercial Bank of China (ICBC)

и само едно дигитално дружество - Apple. През 2006 г. отново само един технологичен гигант е сред първите пет – Microsoft. Тогава шампиони по капитализация са били две енергийни компании – Exxon и Total, една банка – Citi, и индустриалният колос General Electric. През 2001 г. в топ 5 отново има само една технологична компания – Microsoft. Другите водачи са General Electric, Exxon, банката Citi и веригата магазини Walmart.

Очевидно днес е епохата на дигиталните компании, докато финансовите институции и енергийните дружества преминават на по-заден план. Подобно развитие е обяснимо. Технологичните компании са флагман в областта на икономиката и иновациите. Банките не произвеждат реална стока, а оперират с кредити и сложни финансови инструменти. Енергийните дружества пък често са свързани с черното злато и синьото гориво, но в общия случай се занимават с изпомпване на земни ресурси, а не с производство на оригинален продукт.

Възходът на дигиталните компании със сигурност е свързан и с факта, че днес информацията е основната икономическа единица. Футуролозите и икономическите експерти обясняват как технологията внася смут в стопанските структури и обществото. Така се появяват и претенциозни понятия, обясняващи днешния свят. Едно от тях е „дигитален дарвинизъм“. Концепцията внушава, че светът се е превърнал в джунгла, в която хора и компании се състезават в усвояването на все по-бързо развиващите се технологии според принципа „усвои новото или умри“.

Предимство на технологичните компании е и че те нямат нужда от много работна ръка и дори в много случаи са с малък екип. По време на върха в своето развитие фотографската компания Kodak има 60 000 души. За сравнение, платформата за споделяне на снимки Instagram разполага с едва 13 служители, когато Facebook я купува през 2012 г. за 1 млрд. долара. Друга покупка на Facebook – платформата за мобилен чат WhatsApp, има 55 служители и едва 35 инженери, но и 417 млн. потребители, когато социалната мрежа я поглъща през 2014 г. в сделка на стойност 22 млрд. долара. Към април 2016 г. WhatsApp притежава вече 1 млрд. потребители, но

ЕФЕКТИВНОСТТА, ИНОВАЦИИТЕ И ЦИФРОВИЗАЦИЯТА ПОВИШАВАТ ПЕЧАЛБИТЕ И СТОЙНОСТТА НА ТЕХНОЛОГИЧНИТЕ ГИГАНТИ КАТО APPLE, ALPHABET И TENCENT

инженерите, които я поддържат, са се увеличили едва до 50. Според Harvard Business Review подобни малки, но ефективни компании, са способни да открият и решат работен проблем бързо и качествено – дълго преди гигантът Facebook да осъзнае дори, че нещо не е било наред.

В своя доклад „Цифровото предимство: как дигиталните лидери изпреварват своите конкуренти във всяка индустрия“ консултантската фирма Capgemini обяснява, че компаниите, които са първенци по дигитална наситеност в своята дейност и успешно „управляват“ технологичната промяна в работата си, получават повече приходи под формата на физически активи, имат по-голяма печалба и са оценявани по-високо от борсите.

Друга известна консултантска компания – McKinsey, смята, че описаният по-горе дигитален дарвинизъм се наблюдава особено силно във финансовия свят. Банките просто трябва да усвоят цифровите технологии, ако искат да оцелеят. „В предишната епоха банкирането на дребно беше дефинирано от ръста и свиването на потребителския кредит. В днешните времена то ще бъде доминирано от дигиталните технологии. Необходимо е да се действа на момента. Банките имат между 3 и 5 години, за да усвоят цифровите реалности. Ако не успеят да го направят, ще влязат в спирала на упадък, характерна за изоставащите компании в други отрасли“, пише в доклад на McKinsey, озаглавен „Стратегически избори за банките в цифровата епоха“.

Технологичните компании ще продължат да се утвърждават, защото създават иновации и са мост към бъдещето. Една от сферите, в които се инвестира особено активно, е изкуственият интелект. Очаква се до 2020 г. парите за изследвания в тази област да достигнат 70 млрд. долара.

С изкуствения интелект е свързана и сферата на ботовете – компютърни програми, които позволяват директна комуникация между човек и машина, при която последната се учи и отговаря на все по-сложни запитвания. Alexa – базираният на гласови команди персонален софтуерен асистент на Amazon, е поделение на компанията на Джеф Безос, в което работят 1000 души. IBM твърди, че работи в сферата на изкуствения интелект, наричан от корпорацията с името „когнитивна система“ от 2005 г. насам. Тогава започва развитието на суперкомпютъра на IBM – Watson. В същата област действа и Microsoft, който обаче бе принуден да върне своя прототип на бот – или диалогов интерфейс, обратно в лабораторията, тъй като последният се научил да поства расистки коментари в Twitter.

В крайна сметка днес големите технологични компании създават един информационен пашкул около потребителите си. Позволяват им да се регистрират в множество сайтове с акаунта си в Google или Facebook и познават интересите на ползвателите си по-добре от самите тях, тъй като имат свой код навсякъде в мрежата. Добитата по този начин информация се превръща в цифров и паричен капитал. Затова и не е чудно, че акциите на тези компании са лидери на борсите.

„Нашата философия винаги е била да обогатяваме преживяванията на потребителите, вместо да превръщаме хората в пари. Важно е да изграждаме платформи, към които те могат да се привържат, така че в тях да могат да вложат каквото си искат съдържание. То може в един момент да се окаже остаряло, но една платформа не може да бъде това. Целта е хората да бъдат ангажирани и свързани с платформата. Тогава могат да се използват масивите от данни, за да се насочват към тях реклами“, обяснява формулата на успеха Джон Ло – главен финансов мениджър на китайската компания с най-голяма капитализация Tencent.

Той не пропуска да отбележи, че когато се присъединява към компанията през 2004 г., едва 7% от китайците ползват интернет. Днес потребителите на световната мрежа са 50%. Това пък означава, че потенциалът за растеж на Tencent продължава да е голям.

„Най-важното е да можеш да реагираш пъргаво на промените. Иновацията е също много важна. Тя не означава да изобретиш изцяло нещо ново. Това може и да е нещо, което е производно на вече създаден продукт – например приложение за чат“, пояснява Ло. Днес чат платформата на Tencent – We Chat, има 650 млн. потребители в Китай и в света. За тях и за още стотици милиони по Земята животът е това, което се случва, докато плъзгаш пръст по екрана на смартфона си. Защото битието им е цифровизирано.

КМЕТА.BG

ПОРТАЛЪТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ

ЧЕТЕТЕ ВЕЧЕ И ОНЛАЙН

www.kmeta.bg/e-вестник/

XIAOMI
ДО ВЪРХА ЗА ШЕСТ ГОДИНИ

автор: **Владимир Митев**

Технологичните гиганти, които приемат факела на дигиталното лидерство в света, стават все по-млади. Най-иновативната компания преди появата на Windows – IBM, е основана през далечната 1911 г. Microsoft стартира дейността си през 1975 г. На следващата година се ражда Apple. Google потегля към върха през 1998 г. А Facebook още дори не е навлязъл в тийнейджърската възраст, тъй като съществува едва от 2004 г.

Китайската компания Xiaomi е сред най-новите претенденти за световно технологично господство. Тя е създадена през 2010 г., а днес е четвъртият по големина производител на смартфони в света с над 160 млн. продажби до момента.

Конкурентно предимство на Xiaomi е, че прави качествени телефони, сравними с тези на Apple и Samsung, но ги предлага на ниски цени, които едва оправдават производствените разходи. Тя действа обаче и на други фронтове, освен на този на смартфоните.

Голям успех на Xiaomi носи модифицираната версия на Android, наречена MiUi. В рамките на създадената екосистема могат да се правят онлайн разплащания, да се чати, да се използват облачни и други услуги. Базираната в Пекин компания и нейните подчинени дружества на различни места в Китай действат в сферата на електронната търговия, потребителската електроника, умните вещи за дома и затова настояват, че не са просто поредният производител на телефони, а са интернет компания в пълния смисъл на думата.

„Ние не сме просто една евтина китайска компания, която продава на ниски цени. Искаме да бъдем сред 500-те най-големи компании, включени в американския индекс Fortune 500", заявява основателят на Xiaomi Лей Джун. Завършилият университета във Вутан китайски предприемач прави кариера като инженер и мениджър в света на китайския софтуерен бизнес. Той натрупва състояние както от кариерата си на мениджър, така и след като продава свой онлайн магазин за книги на Amazon в сделка на стойност 75 млн. долара.

Джун задвижва най-успешното си начинание до момента – Xiaomi, на 46-годишна възраст. Компанията е основана от осем партньори. Сред институционалните инвеститори са сингапурската инвестиционна компания Temasek Hodlings, китайските инвестиционни фондове IDG Capital и Qiming Venture Partners и производителят на процесори за мобилни устройства Qualcomm. Впоследствие в Xiaomi инвести-

Юни – Навлизане във Филипините

Юли – Навлизане в Индия

Август – Xiaomi изпреварва Samsung по продажба на смартфони в Китай

Октомври – Представена е серия от умни джаджи за дома, които действат със съответно приложение на Xiaomi

Декември – Ericsson осъжда Xiaomi, че е нарушила негов патент, в резултат на което дейността на китайската компания в Индия е забранена. При обжалването на присъдата Xiaomi печели и възобновява продажбите си.

Xiaomi набира финансиране от инвеститори в размер на 1,1 млрд. долара, което поставя цялостната стойност на компанията на ниво от 45 млрд. долара. Така за известен период от време китайската компания е най-високо оцененият технологичен стартъп в света

2014 г. Януари – Обявени са продажби на 61 млн. смартфона през 2014 г.

Юли – Xiaomi за първи път напуска азиатските пазари. Започва да произвежда и да продава телефони в Бразилия

2014 г. Януари – Обявени са продажби на 70 млн. смартфона през 2015 г.

торите се разнообразяват и включват например и руския предприемач Юри Милнер.

Връзката с Google изглежда също е от голяма важност за Xiaomi. Сред съоснователите на компанията е Лин Бин, който преди това е бил заместник-председател на Академията на Google China. Вицепрезидент на Xiaomi става бразилецът Хюго Бара, който на свой ред е бил говорител и мениджър на производството за Google в Лондон и Калифорния. Вече в Китай Бара играе особена роля като говорител и разпознаваемо международно лице на компанията, като така улеснява нейния лидер Лей Джун, чийто английски не е особено добър.

Символиката изглежда е важна за фирмата Xiaomi, избрала многозначителни имена за своите продукти. Самото име на компанията означава „просо“. Според Лей Джун препратката на първата част от бранда – Xiao, е към будистката концепция, че едно малко зърно може да е голямо като планина. Така се внушава, че компанията иска да успява в малките неща и да бъде добра в детайлите.

Mi пък е съкращение на „мобилен интернет“ или на „мисията невъзможна“ и насочва към неизброимите трудности, преодолени към момента от Xiaomi. Когато тя представя своя процесор „Пушка“, това е директна препратка към революционния израз „просо и пушка“ – ресурсите, с помощта на които китайската комунистическа армия се сражава по време на Втората японско-китайска война (1937-1945 г.) и с които изтласква и националистите от Китай през 1949 г.

Лей Джун може да е събрал екип за големи иновации, но използваните символи, подсказват, че има класическа концепция за бизнеса – той е война. „Не искам да бъда считан за подгласник на никого“, заявява той. Затова и не приема сравненията с Apple. Иска да докаже, че Китай може не само да копира, но и да създава свои собствени модели в цифровите технологии. А името Xiaomi пасва идеално на проекта му. Културирането на просото позволява на човечеството да премине от номадство към уседнал начин на живот. Може би дигиталното просо на Xiaomi ще доведе до други епохални времена?

Лей Джун (правият в средата) с екипа си

ОСНОВАНАТА ПРЕЗ 2010 Г. КОМПАНИЯ Е ЧЕТВЪРТИЯТ НАЙ-ГОЛЯМ ПРОИЗВОДИТЕЛ НА СМАРТФОНИ В СВЕТА И ЗА ИЗВЕСТЕН ПЕРИОД ОТ ВРЕМЕ Е БИЛА НАЙ-СКЪПИЯТ ТЕХНОЛОГИЧЕН СТАРТЪП

BLOCKCHAIN
РАЗТЪРСИ ФИНАНСИТЕ

автор: **Александър Александров**

Съществува една технология, за която все още е много вероятно да не сте чували, но която има потенциала да демократизира финансовата индустрия, да доведе до истински бум от децентрализирани валути в малките общности и дори да създаде корпорации, функциониращи ... без мениджъри. Тази технология се нарича blockchain и през последните месеци тя е любима сфера на инвестиции за все повече рискови фондове, а вече над 50 водещи финансови институции изграждат собствени екипи в тази област или партнират със стартиращи фирми от сектора. Очаква се до 2019 г. инвестициите в blockchain решения да достигнат годишен ръст от 52%, при това – в най-различни икономически сфери. Мнозина са на мнение, че тази технология всъщност има потенциала да промени всичко – от начина, по който изпращаме пари, през управлението на авторски права, до начина, по който малките локални общности се развиват.

Какво представлява?

Blockchain е относително нова концепция, на която се базира търговията с биткойн и според мнозина ще остане много след отмирането на тази криптовалута. Както вече сме писали в сп. „Икономика“, биткойните са бързо развиваща се виртуална платежна система, известна също като криптовалута, която работи по метода „peer-to-peer“ и позволява на хората да правят анонимни транзакции он-

КОНЦЕПЦИЯТА В ОСНОВАТА НА КРИПТОВАЛУТАТА БИТКОЙН ВЕЧЕ НАМИРА ПРИЛОЖЕНИЕ В РЕДИЦА ДРУГИ СФЕРИ, А СТАРТЪПИ, КОРПОРАЦИИ И ПРАВИТЕЛСТВА ОБМИСЛЯТ НЕЙНОТО ИЗПОЛЗВАНЕ

лайн в реално време. Всяко такова прехвърляне на биткойни се записва хронологично в публична база, наречена blockchain.

В основата си тя представлява отворена база данни, в която всеки участник може да създава непрекъснато нарастващ брой записи и тези записи са защитени от промени и изтриване. Всеки блок от веригата съдържа дата и връзка към предишния блок. Всичко това наподобява в някаква степен начина, по който конвенционалните банки съхраняват история на всички транзакции на клиентите си, но в случая тази информация се генерира и съхранява разпределено. В резултат се създава едно защитено, непрекъснато, анонимно и лесно достъпно пространство, в което множество страни могат да съзхраняват и предават

чувствителна информация

Всеки потребител на биткойн има уникален адрес, който му позволява да се идентифицира и да търгува с виртуалната валута, а в blockchain базата се съдържа подробна информация за всички адреси и техния баланс във всеки момент. Метод, който я превръща в идеалната разпределена система за доказване на автентичност, без нуждата от централизирано управление.

Затова и мнозина приписват на blockchain бъдещ успех, който многократно ще надхвърли сферата на криптовалутите и дори на финансите като цяло. Днес тази технология вече се използва в десетки други области – от търговията с диаманти, до залозите в т.нар. prediction market платформи. А броят на стартиращите фирми, работещи с нея, вече е стотици, много от които се опитват да я пригодят към всевъзможни обществени сфери - от наемането на апартамент до таксиметровите услуги.

Една такава платформа – Ethereum – позволява на външни разработчици да създават различни blockchain-базирани приложения, които взаимодействат с околния свят чрез набор от специфични правила, наречени „умни договори“ (smart contracts). Тези правила са напълно прозрачни и не могат да бъдат променяни дори от своя създател, което гарантира стабилността на системата. На тяхна база могат да бъдат създадени цели

организации, които се управляват сами

без нуждата от мениджъри. Представете си например компания за автономни таксита, в която цената на всеки превоз се калкулира автоматично на базата на подобни „умни договори“, отчитащи всички важни критерии. Всички останали дейности като поддръжката на автономните коли и снабдяването им с гориво също ще се ръководят от такива правила и без каквато и да е човешка намеса. Нещо като Uber, но ... в Матрицата.

В свят, в който „Интернет на нещата“ (Internet of Things) е може би най-горещият технологичен сегмент и скоро всичко – от автомобили, през домове, електроуреди и обществена инфраструктура – се очаква да бъде свързано и „интелигентно“, blockchain изненадващо се превръща в концепция, която може да промени много неща. Ако индустриалната революция е поставила началото на замяната на човешкия труд с машини, то комбинацията от blockchain и Internet of Things може да разшири значително тази тенденция, премахвайки посредниците в почти всяка тяхна форма – независимо дали са наемодатели или банки. И поставяйки на дневен ред въпроса: Можем ли да премахнем и ръководството на фирмите от уравнението?

Вече дори има и наименование за тези организации от ново поколение, управлявани от „умни договори“ на базата на blockchain технологията - „децентрализирани автономни организации“ (DAO). Те ще са напълно прозрачни, самоуправляващи се и

на практика „безсмъртни“

А първата от тях, която вече съществува, е децентра-

лизираният инвестиционен фонд The DAO, който функционира без борд на директорите и управляващи партньори, а решенията за инвестициите се взимат изцяло от акционерите. Може и да ви се струва налудничаво, но той вече привлече 168 млн. щ. долара капитал под формата на дарения в криптовалута, поставяйки световен рекорд за кампания за споделено финансиране. Неговата първа инвестиция пък е в германския стартъп Slock.it, който се занимава с ... познахте – внедряване на blockchain в сферата на Internet of Things. Сред първите му проекти са заключващи устройства, които работят на базата на подобни „умни договори“ и могат чрез тях да предоставят достъп до апартаменти под наем, велосипеди и т.н. Платформа, пред която дори иновативна услуга като AirBNB изглежда остаряла. Това всъщност може да даде

нов тласък на икономиката на споделянето

позволявайки на хиляди хора по света да отдават под наем своето имущество – домове, дворове, мебели, инструменти и автомобили за броени часове и да получават заплащане за това.

Други интересни проекти, базирани на blockchain, са prediction market сайтът Augur, платформата за дигитална демокрация BitVote, както и Healthchain – услуга, позволяваща на пациентите да проследяват кой има достъп до техните медицински данни. Днес, според някои проучвания, броят на стартъпите в сферата на blockchain наближава 1000, като повечето от тях дори не са съществували преди две години. Към бранша обаче вече гледат и водещи корпорации, включително Microsoft, IBM, Deloitte и др. Microsoft, която отдавна приема плащания в биткойни, наскоро представи и новата си „облачна“ платформа Ethereum Blockchain as a Service, която е част от Azure и първоначално ще бъде насочена към компании за финансови услуги. В началото на годината пък Nasdaq OMX Group обяви, че започва партньорство със стартъпа Chain, за да тества технологията в сферата на търговията с акции.

Дори банките, които са сочени като потенциални жертви на blockchain революцията, поглеждат към тази технология, в опит да оптимизират процесите си и да подобрят обслужването на клиентите. Този тип играчи по-скоро създават затворени blockchain платформи. Според мнозина обаче този подход наподобява ранните години на интернет, когато различни корпоративни и държавни играчи се опитваха да създават свои затворени мрежи за комуникация, а постепенно мрежата се отвори и именно този отворен характер стимулира огромните иновации в нея.

Един много интересен стартъп в областта е израелската Colu, която се занимава със създаването на дигитални валути за местни общности и региони. Дейност с огромен потенциал в развиващите се страни, където банкова инфраструктура почти не съществува и населението има нужда от алтернативни инструменти за размяна на блага. Според някои анализатори, ако този подход се развие, може дори

да застраши националните валути

Все още обаче е рано да се говори за подобен развой. Междувременно и самите правителства – от Великобритания, до Гърция и Естония, вече разглеждат възможностите за използване на blockchain за оптимизиране на редица дейности и намаляване на бюрокрацията. В един скорошен доклад на британското правителство например се посочва, че технологията има огромен потенциал в сфери като събираемостта на данъци, издаване на документи, поддържане на регистри за земя и др.

От малки стартиращи фирми, до големи държавни и частни организации – blockchain вече си извоюва сред всички авторитета на мощна система за доказване на автентичност и съхраняване на факти. Днес все още се спори дали биткойн ще продължи да съществува дълго, или ще бъде заменена от друга по-перспективна криптовалута. Каквото и да се случи с нея обаче, сигурното е, че технологията blockchain, която лежи в основата ѝ, тепърва предстои да навлиза във все повече сфери от живота ни.

www.insa-motoroils.bg

INSA® MOTOR OILS

СИНТЕТИК ГОЛД

Синтетично моторно масло, предназначено за употреба в мощни, модерни бензинови дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили снабдени с филтри за твърди частици (DPF) и системи за последващо третиране на отработените газове (TWC).

СИНТЕТИК ПЛАТИНУМ

Напълно синтетично моторно масло, специално разработено за най-новите бензинови и дизелови двигатели на леки и лекотоварни автомобили.

TURBO TRANS UHPD

Полусинтетично моторно масло, предназначено за смазване на модерни високонатоварени дизелови двигатели, снабдени с EGR- или SCR-системи и експлоатирани при изключително тежки условия.

ИНСА 4Т

Напълно синтетично моторно масло на база полиалфаолефини, разработено за съвременни мощни и високооборотни бензинови двигатели на четиритактови мотоциклети с въздушно и водно охлаждане, изискващи масла от експлоатационно ниво JASO MA2, API SJ.

ЧОВЕКЪТ, КОЙТО ПРЕДСКАЗА БЕЗСМЪРТИЕТО

автор: **Александър Александров**

Технологичната сингулярност (singularity) е понятие, с което се обозначава онзи хипотетичен бъдещ момент, когато един изкуствен интелект ще използва всички ресурси на цивилизацията ни, а хората или ще се слеят с него посредством разнообразни устройства, или ще бъдат подчинени. Някои футуролози допускат, че подобно развитие е възможно в далечното бъдеще. Според един човек обаче, то ще се случи със сигурност, при това – плашещо скоро. Писателят, изобретател и ръководител на подразделение в Google Реймънд Кърцвейл прогнозира, че до 2029 г. ще можем да картографираме напълно човешкия мозък и приблизително по същото време ще се появи първият пълноценен изкуствен интелект, а достигането до състояние на технологична сингулярност ще се осъществи броени десетилетия по-късно.

Нанотехнологии, подобряване на човешкото тяло, биотехнологии - прогнозите на Кърцвейл обхващат почти всички най-впечатляващи сфери на научния прогрес. Той прогнозира начина, по който телата ни ще се променят, а съзнанието ни ще се свърже безжично с мрежата, за да може да достъпва и обработва информация много по-бързо, както и да

комуникираме телепатично

Процес, който Кърцвейл нарича Човешко тяло 2.0, а мнозина може би биха привидели в него мрачния сценарий на холивудската трилогия „Матрицата“.

Според футуролога обаче, това всъщност вече се случва с масовото използване на смартфони, които на практика вече ни превръщат в своеобразни киборги, добавяйки към тялото ни огромна изчислителна мощ и достъп до цялата информация на света. Той просто смята, че е въпрос на време тази функционалност да се прехвърли направо в главите ни чрез технологии от типа „интерфейс мозък – компютър“ (BCI – Brain Computer Interface). И това, убеден е Рей Кърцвейл, ще бъде най-голямата промяна на човешкия мозък от неговото оформяне при приматите преди милиони години. С тази разлика, че този път ще се осъществи по изкуствен начин. А скоро след това ще се научим да записваме цялото си съзнание на дигитален носител, с което ще дойде и

ерата на човешкото безсмъртие

Може Кърцвейл да ви звучи като поредния луд, който се бори за медийно внимание, поставяйки си етикета футуролог, и може би се питате защо трябва да вярваме на толкова налудничави предсказания. Истината е, че той днес е сред най-уважаваните лектори и събеседници в телевизионни студия по теми, свързани с бъдещето, книгите му се продават изключително успешно, а през декември 2012 г. Google го назначи на ръководна позиция в подразделението си за нови проекти, свързани с машинното обучение

ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ, СТОТИЦИ ПЪТИ ПО-УМЕН ОТ ХОРАТА, СОЦИАЛНО ДВИЖЕНИЕ ЗА ПРАВАТА НА РОБОТИТЕ, КАРТОГРАФИРАНЕ НА ЧОВЕШКИЯ МОЗЪК, А ПО-КЪСНО - И НЕГОВОТО КОПИРАНЕ НА КОМПЮТЪР - **ДОБРЕ ДОШЛИ В СТРАННИЯ СВЯТ НА ПИСАТЕЛЯ И ИЗОБРЕТАТЕЛ РЕЙ КЪРЦВЕЙЛ**

Фото http://www.kurzweilai.net/

и компютърната обработка на езика. А може би най-важната причина да вярваме на предсказанията на Рей Кърцвейл за бъдещето е, че в миналото много от неговите прогнози вече са се осъществили.

Футурологът и визионер пише за бъдещето на технологиите още от 1990 г., когато излиза неговата първа книга „Ерата на интелигентните машини“. От тогава до днес са минали близо три десетилетия – време, което може и да е кратко в исторически план, но е доста дълго по отношение развитието на информационните технологии. През този период Кърцвейл прави много прогнози и

с учудваща точност

успява да предскаже бума в използването на интернет, както и в създаването на ново интернет съдържание, появата на безжичния достъп до мрежата, на технологиите за разпознаване на глас, екзоскелетите, роботизираните крайници, автоматичните гласови системи от типа IVR (Interactive Voice Response) и много други технологични постижения.

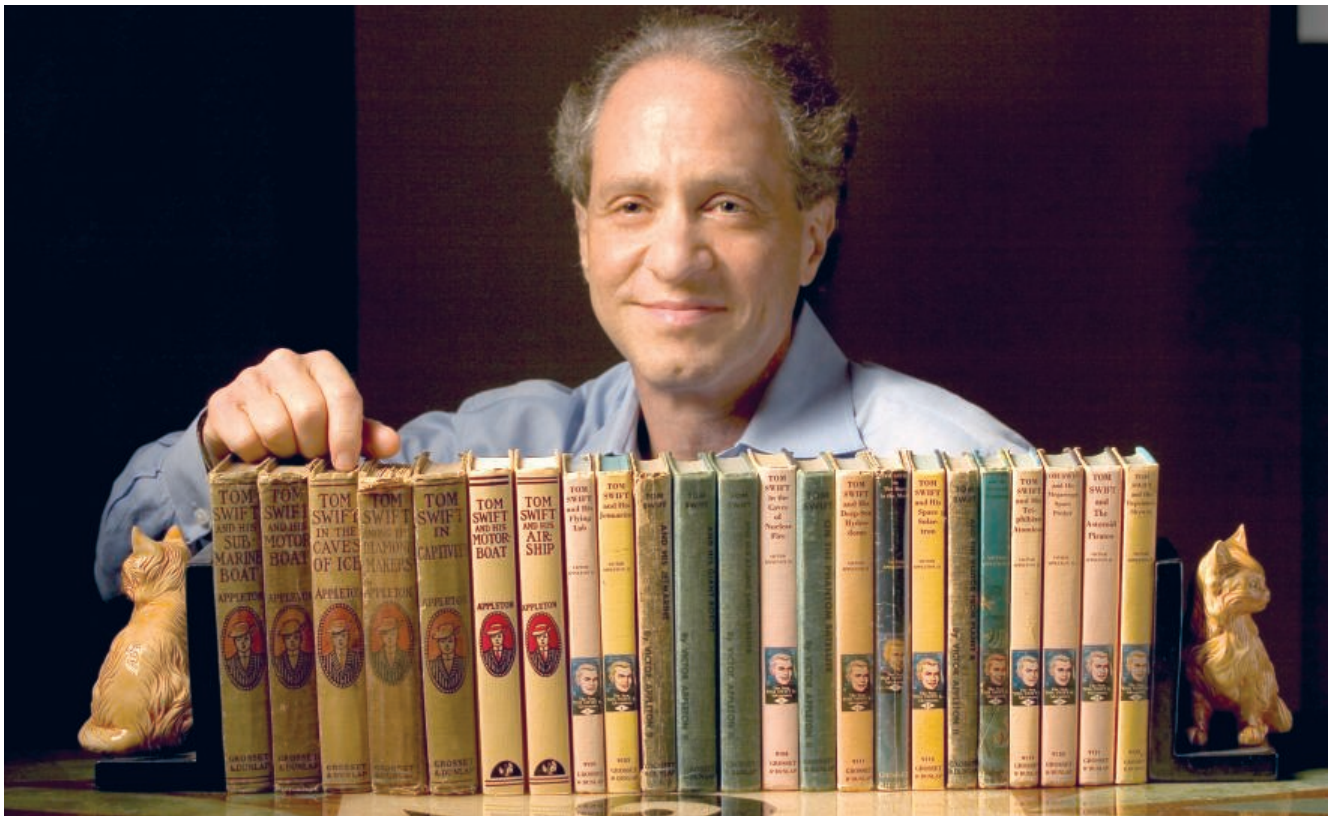
Още в началото на века той предсказва появата на автономните автомобили, но под формата на своеобразни „кибернетични шофьори“, които ще управляват съществуващите коли и ще комуникират с останалите автомобили, както и със сензори по пътя. Други от по-значимите прогнози на известния футуролог са бурното развитие на системите за разпознаване на изображения, както и навлизането на компютрите в класните стаи. Любопитно е, че когато през 1990 г. Кърцвейл пише в своята книга, че интернет ще се използва масово по света, и то предимно от неспециалисти в тази област, глобалната мрежа тепърва прохожда и има едва 2.6 милиона потребители на цялата планета, предимно в академичните, военните и корпоративните среди. Освен това писателят още тогава обявява, че в „бъдеще“ ще имаме нужда от интелигентни онлайн търсачки, чрез които да откриваме нужната ни информация в това огромно море от данни.

Може би най-известното му сбъднало се предсказание обаче е това, че

компютър ще победи най-добрия шахматист

до 2000 година. Припомняме, че за първи път световният шампион по шах Гари Каспаров беше победен от компютъра Deep Blue на IBM през май 1997 г., а няколко години след това превъзходството на машините в тази игра стана норма.

Виждайки много от своите прогнози да се сбъдват, Кърцвейл продължава да пише и да ни провокира с нови впечатляващи предсказания. През 1999 г. той публикува втората си по-значима книга „Ерата на оду-



хотворените машини“, а през 2005 г. - „Сингулярността е близо“, в които прави по-малко конкретни прогнози в краткосрочен план и акцентира върху появата на изкуствения интелект и технологичната сингулярност. Между другото, в тях той прави важни предположения за развитието на суперкомпютрите, както и за възможността за провеждане на телефонни разговори чрез холограми.

Писателят е убеден, че до 2030 г. компютър ще премине за първи път теста на Тюринг. Става въпрос за тест, измислен от гениалния математик Алан Тюринг, който има за цел да определи дали една компютърна система е пълноценен изкуствен интелект. Най-общо той се свежда до това, че ако външен наблюдател не може да разпознае дали говори с машина, или с човек, то

машината е преминала теста

През следващите десетилетия след 2030 г., убеден е Кърцвейл, изкуственият интелект ще надмине многократно човешкия във всички сфери.

Според някои анализатори, високата степен на успеваемост на писателя при предсказването на бъдещи събития се дължи основно на неговия подход да прави предположения за вече съществуващи технологии, допускайки как ще се развият те в краткосрочен план (няколко години или десетки години). Така например, ако си свидетел на появата на интернет и си малко по-прозорлив, ти би могъл да допуснеш, че тази технология ще се разпространи. Каквато и да е причината за неговия успех обаче, истината е, че предсказанията на Кърцвейл имат огромен процент на успеваемост и е пресметнато, че до момента повечето от тях са се осъществили изцяло или в сходен вариант. На въпроса как може да предполага толкова значими промени и събития като появата на изкуствения интелект с точност до конкретна година, той отговаря, че е впечатляващо колко предсказуемо е експоненциалното развитие на информационните технологии.

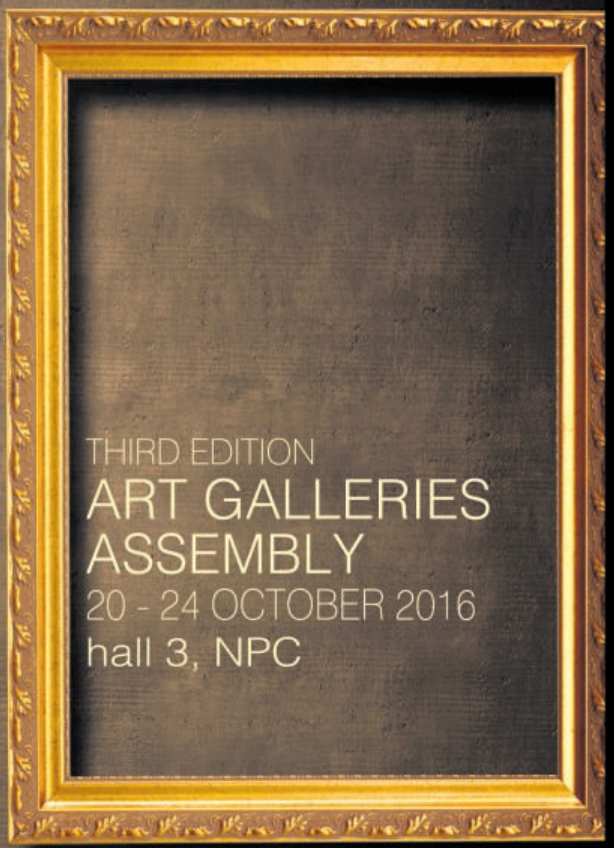
Някои от прогнозите в книгите на Кърцвейл засягат и политиката. Така например той предсказва краха на Съветския съюз, свързвайки го с навлизането на нови комуникационни технологии като клетъчните телефони, които обезсилват тоталитарната власт да контролира информацията. Разпадането на бившия социалистически блок действително се случва, а през 2005 г. Михаил Горбачов се среща с американския писател и потвърждава пред него, че либерализацията в използването на електронните комуникации наистина е била важен фактор за промените. Друга по-значима прогноза на футуролога в областта на политиката е налагането на ново световно управление до 2020 година. Днес – в края на 2016 г. – обаче, нейното сбъдване изглежда малко вероятно.

Реймънд Кърцвейл далеч не е изцяло оптимистично настроен по отношение на предстоящата според него поява на изкуствения интелект, дигитализирането на тялото и технологичната сингулярност. Той неведнъж е заявявал, че осъзнава потенциалните заплахи на подобни мощни нови технологии. Затова и в началото на 2009 г. създава в партньорство с NASA, Google и основателя на състезанията X Prize Питър Диамандис учебно заведение от нов вид, наречено Singularity University (Университет по сингулярност). В него някои от най-значимите учени и мислители на нашето време обучават младежи в сфери като изкуствения интелект, нанотехнологиите и биотехнологиите, подготвяйки ги за едно все по-динамично бъдеще. Кърцвейл неведнъж е заявявал, че новите технологии могат да ни донесат огромни предимства, но и крият сериозни рискове. И по всичко личи, че прави необходимото, за да се увери, че следващите поколения ще бъдат подготвени за тези предизвикателства.

НА ГАЛЕРИИТЕ

НАЦИОНАЛЕН ДВОРЕЦ
НА КУЛТУРАТА

NATIONAL PALACE
OF CULTURE



THIRD EDITION
ART GALLERIES
ASSEMBLY
20 - 24 OCTOBER 2016
hall 3, NPC

ОА

ТРЕТО ИЗДАНИЕ

20-24
ОКТОМВРИ
зала 3, НДК

БЪДЕЩЕ СЕГА: ЕЛЕКТРОКОЛИ ПО ЕЛЕКТРОПЪТИЩА

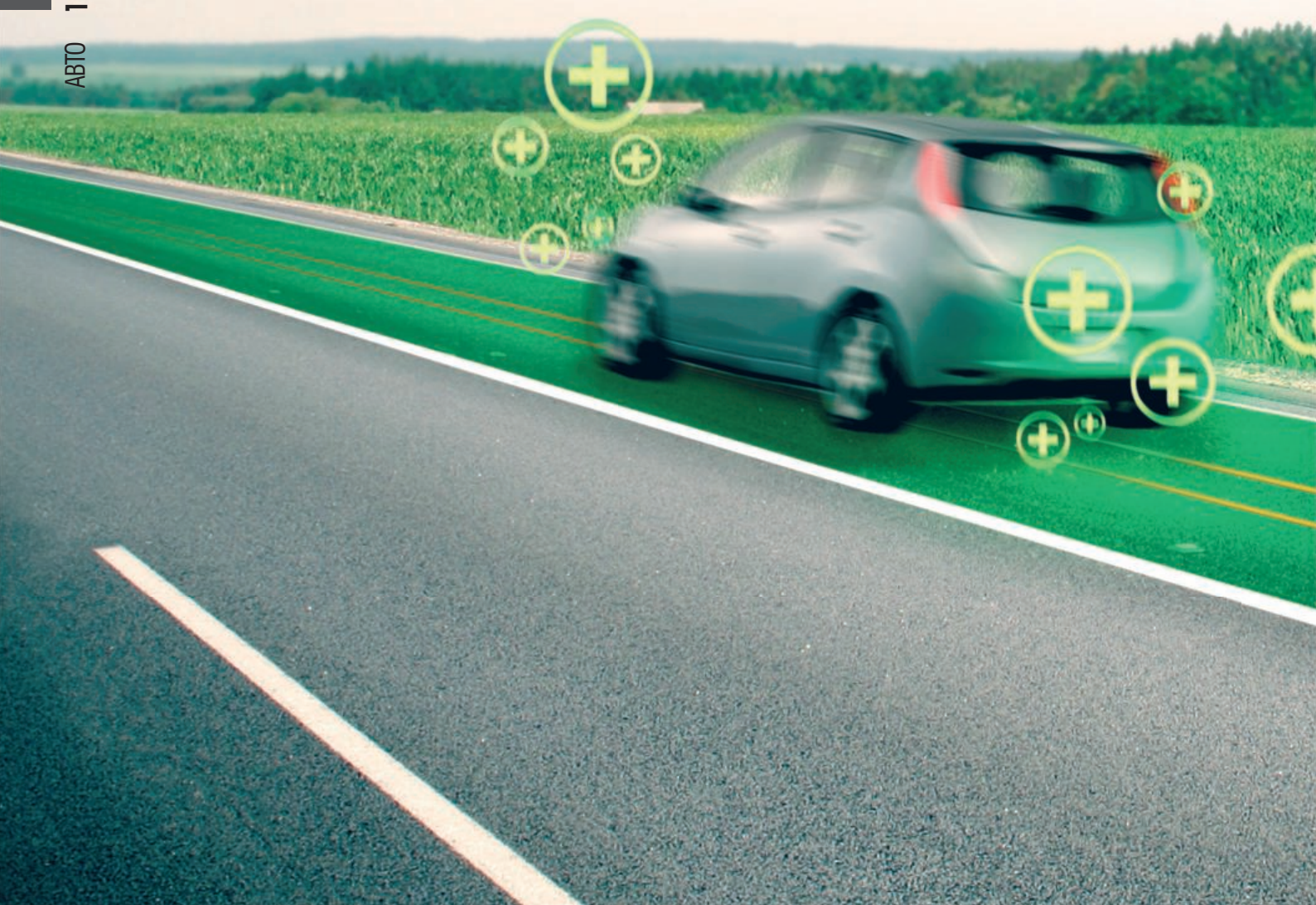
автор: **Владимир Митев**

Ако комунизмът е електрификация и съветска власт по думите на Ленин, то технологичното развитие показва, че бъдещето на капитализма изглежда също е свързано с електрификация. Само че на велосипеди, автомобили и пътища.

Разработките и в трите области се множат в последно време. И вече не става дума просто за коли, захранвани от батерия, а за способността при въртенето си гумите на велосипед или автомобил да генерират ток, който да бъде оползотворяван в движение.

Електрически пътища

Електрификацията на транспорта обаче засяга не само превозните средства, но и пътищата. В края на юли Калифорнийската енергийна комисия одобри пилотна програма, според която пиезоелектрични кристали ще бъдат инсталирани на няколко магистрали в щата. Всеки от въпросните кристали е с размери на батерия за часовник и създава електричество, когато е притиснат, например ако над него



ТЕХНОЛОГИЧНОТО РАЗВИТИЕ ВЪЗРАЖДА МОДАТА ОТ НАЧАЛОТО НА XX ВЕК, КОГАТО 38% ОТ АВТОМОБИЛИТЕ В САЩ СА БИЛИ ЕЛЕКТРИЧЕСКИ

мине автомобил. Изчисленията на учените са, че 10-километрова магистрала, постлана с тези кристали, би създала достатъчно ток, за да се задоволят нуждите на град от над 100 000 души.

Подобна технология вече се използва в други страни. Например всички екрани на токийската гара на Източноякопонската железопътна компания се захранват от движението на хората по пиезоелектричния под на гарата. В Италия вече е подписан договор за изграждане на пиезоелектрично шосе по част от магистралата Венеция-Триест. В Израел технологията също се използва по магистралите и оттам идеята е пренесена и в Калифорния.

Сред най-известните пиезоелектрични кристали са кварцът и топазът. Вибриращ кристал в кварцовия часовник позволява да се създаде електрически сигнал с много прецизна честота. Поради тази причина кварцовите часовници са поне една степен по-точни от механичните. Пак пиезоелектрични кристали се използват и при направата на

музикални инструменти – например електрически китари, при изработването на електрически запалки за цигари и във военната сфера за сонари.

Електрическият велосипед

Американската фирма GeoOrbital от щата Масачузетс предложи тази година възможност да превърне всеки велосипед в електрическо колело, като се смени предната гума със специално изработена. Централната част на новата гума не се върти, а се движи само периферията, която се докосва до земята. Това позволява вътре, в центъра на предната гума, да се разположи доста техника – 500-ватов електрически мотор, литиево-йонни батерии, електроника, USB портове за зареждане и други компоненти, които не могат да се сложат в традиционно колело със спици.

В момента велосипедът се предлага без възможност да се въртят педалите, но в бъдеще и тя ще бъде въведена. Когато моторът не се използва, въртенето на гумата служи, за да зарежда батерията. Скоростта, която може да се постигне, е между 20 и 32 км/ч, а батерията позволява да се изминат 80 км с едно четиричасово USB зареждане.

Има и електрически велосипед, при който задното колело е технологоемкото. Изследователският екип SENSEable City от Масачузетския технологичен институт анонсира през 2009 г. двуколка с 250- или 350-ватов електрически двигател. Електрониката на задното колело позволява да се установи кога колоездачът има нужда от по-голяма мощност на двигателя – например, когато катери баир, и да му я даде. Животът на батерията се удължава с презареждане при работата на спирачките. Отделно от това батерията може да се откача, за да бъде заредена вкъщи. При каране колелото се свързва със смартфона на собственика и ако притежателят на колелото се отдалечи от блутут зоната на велосипеда заедно с телефона си, то автоматично се заключва до завръщането на телефона. Проблемът тук е, че употребата на задната гума за електрическото задвижване премахва възможността за използване на повече от една скорост.

Автомобилите

Технологичните решения във връзка с електрификация

на автомобилите датират от 20-те години на… XIX век. Първият електрически автомобил официално е този на Робърт Дейвидсън от Абърдийн, създаден през 1837 г. Той използва ранна разновидност на батериите за задвижване.

Всъщност последното десетилетие на XIX век и първото на XX век са „златен век“ за електрическите автомобили. През 1911 г. дори се появява първата хибридна бензиново-електрическа кола. Тя е създадена от фирма, намираща се в Чикаго.

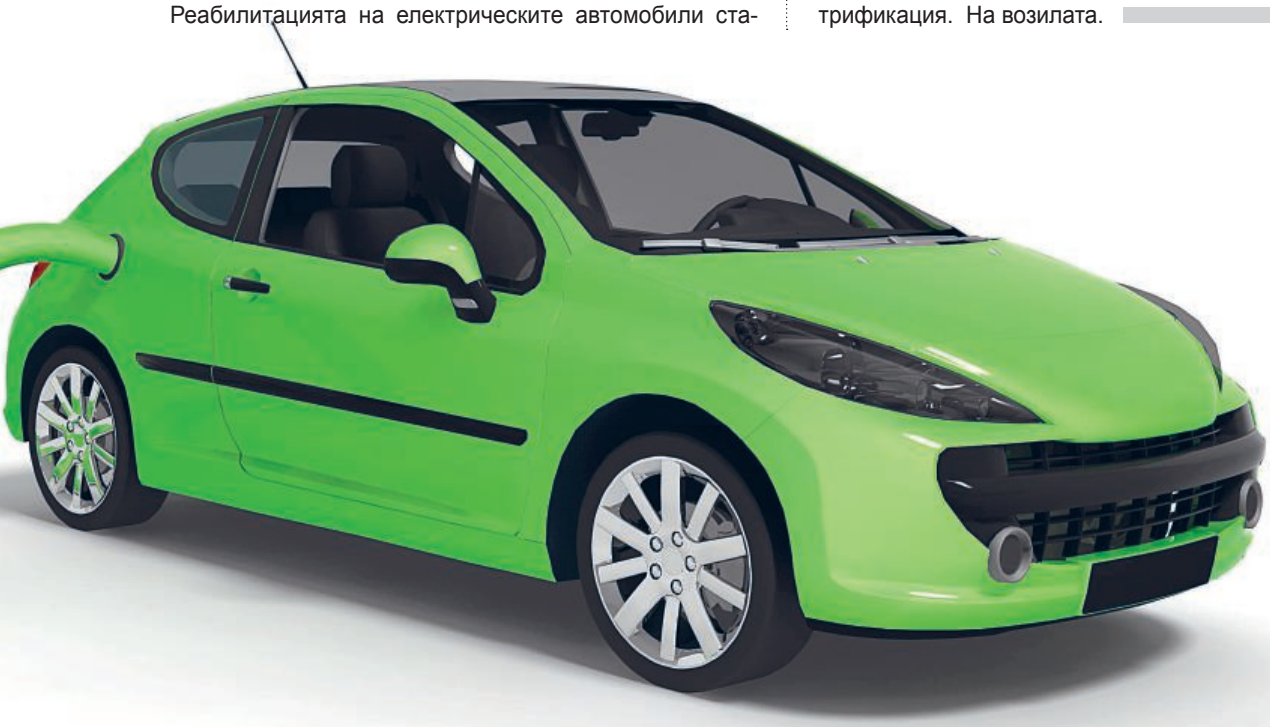
По онова време електрическите автомобили не са можели да надскочат границата от 32 км/ч. Но те са изпреварвали по различни характеристики конкурентите си с друг вид двигател. Например не създавали вибрации, нямали миризма и не били шумни – проблеми, наблюдавани при бензиновите двигатели. Нямали нужда и от смяна на скорости. Били и по-лесни за стартиране. Бензиновите коли изисквали използване на манивела, за да запалят. Неслучайно в началото на XX век 38% от американските автомобили са електрически. Други 40% са парни, а само 22% са бензинови.

Само че няколко събития удрят по електрическия автомобил и дават предимство на бензиновия. Причината за промяната не е само в ниските цени на петрола в началото на XX век. През 1908 г. Хенри Форд пуска на народни цени първия народен автомобил Ford T с бензинов двигател. През 1912 г. бензиновата кола струва само 650 долара, докато за електрическата трябва да се платят над 1000 долара. През същата година Чарлс Кетъринг въвежда електрическия стартер, който прави ненужна манивелата.

Реабилитацията на електрическите автомобили става през 90-те години на XX век, когато притесненията от газовите емисии, създаващи парников ефект, нараснат. През 1997 г. в Япония се появява първата серийно произвеждана хибридна кола – Toyota Prius. През 2006 г. в Силициевата долина стартира компанията Tesla Motors, която днес е сред водещите в бранша. В последно време в Китай ударно също развиват електрически автомобилни технологии.

„Ако всички лекотоварни превозни средства в Щатите станат хибридни или електрически, със сегашното ниво на технологиите можем да намалим зависимостта си от чуждестранния петрол с 30-60%, като в същото време понижим въглеродното замърсяване от транспортния сектор с 20%“, пише на сайта на американското енергийно министерство. За целта президентът Барак Обама е обявил EV Everywhere Grand Challenge – инициатива, която трябва да събере най-способните учени, инженери и най-успешните фирми, така че да се създадат до 2022 г. електроавтомобили на цени като днешните бензинови коли. Поделението на американското енергийно министерство за изследователски проекти ARPA-E инвестира в нови видове батерии, с които да се изминава по-голямо разстояние с едно зареждане, и в изработването на достъпни като цена алтернативи на материалите, използвани в електрическите мотори.

В Китай през 2015 г. продажбите на електрически и хибридни автомобили достигнаха 188 700 бройки – ръст от 223% спрямо 2014 г. Субсидиите за покупка на подобен автомобил могат да достигнат до 13 800 долара. По този начин Китай се е превърнал в най-големия пазар за подобни возила в света, според американския сайт за зелени технологии Clean Technica. Може би поне за Китай комунизмът продължава да е народна власт плюс електрификация. На возилата.



ИНВАЗИЯТА НА ТАКСИТАТА РОБОТИ

автор: **Александър Александров**

Тревогите, че новите технологии могат да направят ненужни цели професии и да оставят хиляди хора на улицата, не са от вчера. Всъщност подобни страхове са били в основата на едно от първите протестни движения в новата човешка история – това на лудитите, насочено срещу навлизането на тъкачните станове в началото на първата индустриална революция. Днес обаче тези страхове са по-силни от всякога, а причината е в появата на безпрецедентен брой нови технологични сектори, заплашващи традиционните индустрии – от роботиката и изкуствения интелект, през летящите дрони, до 3D принтерите, чат ботовете, нанотехнологиите и какво ли още не. А може би най-силна е тревогата на професионалните шофьори – таксиметрови, автобусни и други, които наблюдават с безпокойство развитието на един от най-впечатляващите нови технологични сегменти – този на автономните автомобили. Започнал като експеримент на онлайн гиганта Google по магистралите на някои американски щати, днес интерес към него имат както ИТ корпорации като Apple, Uber, Alibaba и Baidu, така и производители от автомобилната индустрия като Mercedes, Ford и Volvo. А само преди около седмица заплахата за професионалните шофьори по света стана с една идея по-реална.

Вече от няколко дни мобилната платформа за споделени превози Uber, която е отдавнашен противник на таксиметровите шофьори, предоставя на жителите на американския град Питсбърг превози с автономни автомобили, движещи се сами, без човешка намеса. В тях, разбира се, има и служители на технологичната компания, но те по-скоро следят дали всичко е наред и се намесват само когато е наложително. Засега услугата се предлага тестово на ограничен брой клиенти, но ако тестовете преминат успешно, компанията планира да я пусне

за масовите потребители

и да я предложи в повече градове. Посоката е ясна – започвайки като приложение за споделени превози, което свързва собствениците на коли с хора, които имат нужда от транспорт, Uber е на път да извади първите от уравне-

В Сингапур също работят таксита без шофьор - nuTonomy

Фото **nuTonomy**

КАК ТЕХНОЛОГИЧНИ КОМПАНИИ КАТО UBER, LYFT И TESLA СА НА ПЪТ ДА ПРЕДИЗВИКАТ МОЖЕ БИ НАЙ-ЗНАЧИМАТА ПРОМЯНА В ЦЯЛАТА ИСТОРИЯ НА ТРАНСПОРТА **- ПРЕМАХВАНЕТО НА ШОФЬОРА**

нието и да изостави изцяло философията на „споделената икономика“, предлагайки една изцяло роботизирана услуга. Донякъде е трудно да обвиняваме компанията за това, след като опитите й да превърне транспортните превози в споделена услуга бяха посрещнати „на нож“ от регулатори, таксиметрови компании и дори от собствените й шофьори в десетки страни по света. Такси превозвачите почти навсякъде водят съдебни дела срещу американската мобилна платформа, а в Париж дори прибегнаха до масови протести, палене на гуми по улицата и сбивания с шофьорите на Uber. В Лондон пък водачите, предлагащи превози чрез приложението, решиха да подадат колективен съдебен иск, настоявайки то да ги назначи на трудов договор. Въпреки че подобно искане е равносилно на това примерно уебсайтовете за фрийленс услуги да назначат хилядите фрийленсъри като техни служители или пък онлайн аукционът eBay да назначи на трудов договор като търговци всичките си потребители, които продават стоки през него. Посланието на Uber е ясно: Щом никой не иска да свързваме хората, улеснявайки ги да правят споделени пътувания, ще се насочим към ... роботите.

Истината е, че компанията далеч не е единствената, която гледа в тази футуристична посока. Нейният по-малък конкурент Lyft, който предоставя сходни транспортни услуги, също неотдавна обяви плановете си да развива превози с автономни коли. А както вече писахме в предишния брой на сп. „Икономика“, основателят на Tesla Motors Илон Мъск съвсем наскоро публикува своята стратегия за развитието на компанията през следващите десет години, разкривайки визията си за бъдеще, в което собствениците на електрически „умни“ возила ще ги оставят да транспортират други хора, когато не ги ползват самите те. По този начин колите на практика „ще работят“ за своите собственици и ще връщат част от парите, вложени в тях, превръщайки се от

Uber вече тества в Питсбърг автономните си коли

пасив в актив. И отново - изваждайки таксиметровите шофьори от уравнението.

По всичко личи, че след анонсите от Uber и Tesla, идеята за автономни таксита набира скорост, а компании и организации се надпреварват да обявяват включването си в тази нова икономическа сфера. Неотдавна например сингапурските власти обявиха, че започват тестове на таксита без шофьори и ще си партнират по проекта със стартиращата фирма nuTonomy. В Китай също имат подобни планове, а два от технологичните лидери в страната – Alibaba и Baidu – вече представиха свои „умни“ коли през последните месеци.

Фото localmotors.com

И първият автономен автобус вече е в движение във Вашингтон

Междувременно един друг транспортен подсегмент е на път да въведе дори още по-бързо технологиите за автономно управление и да застраши препитанието на още една голяма група професионални шофьори. Става въпрос за автобусните превози, при които „умните“ возила изглежда ще навлязат масово преди това да се е случило при колите. Още в началото на лятото по улиците на Вашингтон тръгна

първият автобус без шофьор

който реално превозва пътници. Той е разработен от компанията Local Motors и е иновативен също и с метода си на производство – изцяло чрез 3D принтиране. Освен това е електрически и може да бъде извикан от пътниците чрез мобилно приложение, а вграденият изкуствен интелект разказва на возещите се за околните забележителности.

Скоро след това Mercedes Benz представи свой модел на автономен автобус, наречен Future Bus, който дори беше тестван успешно в околностите на Амстердам. Друга концепция на автобуси без шофьор, наречена EasyMile, пък е тествана в Хелзинки. Бързото навлизане на тази технология при пътническите автобуси е продиктувано от подобрата регулация и институционалния характер на този тип услуги, което позволява и по-добър контрол на подобни тестови проекти.

И докато властите в редица страни по света все още се чудят дали да позволят движението на возила без шофьор по обществените пътища (в Германия вече се разглежда нов законопроект, според който в автономните коли ще трябва задължително да има и шофьор), браншът вече набира скорост и превзема все повече нови територии. Така например в рамките на един европейски проект се разработват товарни кораби, управлявани дистанционно, а една компания в Лас Вегас възнамерява да пусне ... летящи роботизирани таксита.

„Бъдещето вече е тук, просто е неравномерно разпределено“ - казва фантастичният писател и футуролог Уилям Гибсън и може би сегментът на автономните возила представя по най-добрия начин тази сентенция. Един нов сектор, базиран на иновативни софтуерни технологии за картографиране и разпознаване на обекти, е на път да промени изцяло начина, по който пътуваме. И вероятно – да се превърне в първото бойно поле от новата война между технологичните компании и съвременните лудити, която едва ли някой би могъл да прогнозира как ще завърши.

www.economymagazine.com

LiuGong 936E впечатли със своята отлична възможност за преодоляване на височини

LiuGong, Atlas Copco u Lännen

СЪС СПИРАЩО ДЪХА ПРЕДСТАВЯНЕ НА СТРОМА ЕКСПО

Машината за фрезоване на асфалт Dynapac - Atlas Copco PL500 е идеална за пътни ремонти

36-тонен верижен багер успява да се изкачи върху огромен куп от камъни, да копае пред смаяните погледи на публиката и не само това – накрая остава паркиран, като се опира само на задната част на веригите си. Това е единствено по възможностите на едни от най-качествените строителни машини - LiuGong.

За втора поредна година екипът на „Геотрейдинг“ АД не изневери на стила си и отново представи по най-атрактивния начин машините в действие по време на изложението СтроМа Експо на кариера „Балша“ край София. Шоуто на багерите наистина си заслужаваше, а екстремните изпълнения оставиха без дъх част от посетителите – професионалисти от строителния бранш и представители на търговски фирми за машини.

Паркирането на 36-тонния верижен багер LiuGong 936E на задната част на веригите му върху планина от камъни беше само една от показаните атракции. И докато публиката тръпнеше в очакване дали машината ще падне, за да повиши градуса на напрежението, операторът спря под стрелата на гиганта минибагер LiuGong 365B. Изпълнението беше напълно

Верижните багери LiuGong и валякът Dynapac - Atlas Copco направиха незабравимо шоу на СтроМа Експо

Инвестицията в многофункционалния Lännen 8800i си заслужава, защото замества няколко други машини

завършено, след като кофата на минибагера беше вдигната високо във въздуха. Атрактивното първо представяне на машините на китайския бранд получи заслужени аплодисменти от публиката. Това обаче далеч не беше всичко. Професионалистите, които бяха на миналогодишното издание на СтроМа Експо, вече знаят, че най-доброто представяне там е на „Геотрейдинг“ АД и очакваха още изненади в демонстрационната зона. Очакванията им бяха възнаградени подобаващо. Те видяха не само как могат да работят верижните багери 936E и 922E LiuGong. Пред погледите на посетителите стрелите на машините бяха вдигнати високо във въздуха, а двете кофи бяха спрени една до друга. Така за пореден път по атрактивен начин бяха показани уникалните възможности на машините на терен. Със своите бързина, икономичност и доказано качество на основните възли багерите LiuGong са идеални за българските условия. В това се увериха присъстващите на изложението. Минибагерът 365B също взе дейно участие в шоуто. Атрактивни завъртания и движение на две гуми привлякоха погледите на посетителите.

Многофункционалната машина Lännen 8800i беше изключително интересна за гостите на изложението. На пръв поглед тя е обикновен багер-товарач, но всъщност е много повече от това. „Може да се използва не само в строителството, но и при жп ремонти – да сменя контактна мрежа, в горското стопанство, при пътно поддържане на улици и т.н. Всичко това става възможно с различен прикачен инвентар“, казаха от „Геотрейдинг“ АД. Многофункционалният Lännen 8800i може да се използва вместо няколко машини. „Инвестицията в покупката на тази машина е една от най-добрите, които строителните компании могат да направят. Машината разполага с две предни кофи – със зъби за копаене и без зъби за почистване на канавки. Със специалната щипка машината може да се използва за хващане и изправяне на стълбове. Посетителите на изложението бяха приятно изненадани именно от тази функция на машината, показана на СтроМа Експо.

На щанда си „Геотрейдинг“ АД показа всичките си продукти за минния и строителния бранш

В действие беше демонстриран и еднобандажният валяк CA5500D Dynapac-Atlas Copco, който е предназначен за уплътняване на почви. Посетителите видяха машината в работни условия и усетиха вибрациите при включването на специална функция. Беше показана и машина за студено фрезоване на асфалт Dynapac – Atlas Copco PL500, която има 50-сантиметров режещ барабан и е идеална за пътни ремонти, а шведският производител на техниката е познат от десетки години на българския пазар.

Много от гостите на изложението пробваха машините в демонстрационната зона на „Геотрейдинг“ АД. Част от тях бяха професионални оператори, дошли да тестват машините преди покупка, а други се качиха например от любопитство как се управлява едно 36-тонно „чудовище“.

„Занимавам се с продажба на резервни части и за пръв път се качих на багер в живота си. Избрах вашия LiuGong 936 E. Хареса ми хидравликата, добра е“, каза Атанас Пенков, след като слезе от верижния багер. Минибагерът 365B пък впечатли операторите, които го изпробваха на кариера „Балша“, със своята маневреност. „Много добра машина“, каза първият тестват техниката.

„В демонстрационната зона представихме три марки машини на СтроМа Експо. Професионалистите в бранша казват, че H и E сериите на китайския производител LiuGong са много добри и достойни за европейския пазар. Dynapac-Atlas Copco няма нужда от представяне – машините са познати в България. Що се отнася до Lännen – това е нова марка за страната. Във Финландия тази марка е на първо място по продажби на багер-товарачи, което е показателно за качеството на машините“, казаха от ръководството на „Геотрейдинг“ АД и допълниха: „Ние сме фирма, предлагаща решения за професионалисти в бранша. Не просто машини, а решения!“

Дружеството имаше и свой щанд ProAuto by Geotrading точно срещу демонстрационната зона. Там бяха експонирани кари, колесен и верижен багер LiuGong, валяк Dynapac-Atlas Copco, гуми Belshina, Barkley, Brigestone, земекопни продукти Hensley, смазочни продукти Rymax, ситови повърхности Inelas Poliuretanos и швейцарските лагери RKB.

Щандът беше посетен от посланика на Република Беларус Н.Пр. Владимир Воронкович и от неговия съветник по търговско-икономическите въпроси Олег Белов, както и от председателя на УС на Камарата на строителите в България инж. Светослав Глосов, които от там наблюдаваха с интерес забележителното представяне на машините в действие от „Геотрейдинг“ АД.

ВСЕ ПОВЕЧЕ МЕДИЙНИ ГРУПИ ТЕСТВАТ КОМПЮТЪРНИ ПРОГРАМИ, **СПОСОБНИ САМИ ДА СЪЗДАВАТ НОВИНАРСКО СЪДЪРЖАНИЕ**

ИДВА ЛИ ВРЕМЕТО на ЖУРНАЛИСТИТЕ РОБОТИ

автор: **Александър Александров**

Напоследък на журналистите все по-често ни се налага да пишем за нови технологии като автономните коли и роботите, които имат потенциала да обезсмислят цели професии и да премахнат хиляди работни места. Понякога дори пишем подобни текстове ентусиазирано или добавяме коментари за това, как онези, които напуснат, ще могат лесно да се преквалифицират и да се занимават в бъдеще с нещо по-удовлетворяващо. Изглежда, обаче, е дошло времето, когато самата журналистическа професия попада под прицела на новите технологии, а мнозина виждат дори възможността за нейното изчезване в бъдеще и замяната ѝ с изкуствен интелект.

През миналата пролет в това се е уверила журналистката Сара О'Конър от Financial Times, на която в една майска сутрин се налага да премери сили със „същество“, наречено Emma. На двете е възложено да напишат статия по една и съща тема за безработицата във Великобритания. Сара е журналист с опит в сферата, а Emma е ... софтуерна програма за писане на текстове, създадена от стартиращата фирма Stealth. Историята за сблъсъка между двете през погледа на журналистката е публикувана във Financial Times и бързо става хит в интернет. В крайна сметка изводът е, че Emma се е справила със задачата много по-бързо и е използвала прецизно наличните факти, добавяйки и релевантно свързано съдържание като например влиянието на евентуалния Брекзит. Тя обаче се е провалила по отношение на най-важното журналистическо качество – способността да разграничи значимото новинарско съдържание от маловажното. Или поне такава оценка ѝ е дала Сара. Не знаем какво би казала самата Emma по въпроса ...

Случаи като този с програмата Emma ще стават все по-чести, тъй като през последните месеци се наблюдава истински бум в използването на компютърни алгоритми за създаване на новинарско съдържание. Той е свързан преди всичко с Олимпийските игри в Рио де Жанейро през лятото, но по всяка вероятност тенденцията ще се запази и в бъдеще. През август от редакцията на американския „Вашингтон Поуст“ съобщиха, че са „наели“ изкуствен интелект, който да създава и публикува сам съдържание за спортния форум. Той се нарича Heliograph и е създаден от вътрешен екип на медията. Още тогава Джереми Гилбърт, ръководи-

тел на подразделението за нови дигитални проекти на The Post, побърза да обяви, че чрез този проект компанията

не се опитва да замести репортерите

а по-скоро да ги улесни и освободи от някои по-безсмислени задачи. Т.е. софтуерната програма се е фокусирала върху отразяването на по-прости и лесни за разбиране аспекти от провеждането на Олимпийските игри като обявяване на резултатите и статистическа информация, а за журналистите е останало покриването на по-комплексните истории и анализи.

Друга медийна корпорация – китайската Toutiao, която развива и редица онлайн услуги, също използва спортния форум, за да тества възможността за създаване на новинарско съдържание от изкуствен интелект. Нейният софтуер, наречен Xiaomingbot, е успял да публикува общо 450 статии по време на 15-дневното спортно събитие, което прави средно по 30-40 текста на ден, създадени без никаква човешка намеса. Изглежда, че Олимпийските игри са относително лесна тема за покриване от подобни „програми – журналисти“, тъй като голяма част от новинарското съдържание, свързано със събитието, е базирано на статистическа информация и не се изисква

кой знае колко висок стил на писане

Софтуерът на Toutiao е създаден от компанията в партньорство с Университета в Пекин. Това, което прави той на практика, е да търси информация в базата за Олимпийските игри, след което да я свързва в смислен текст. Самите материали трудно могат да отговорят на традиционното определение за статия и са по-скоро дописки със средна дължина около 100 думи, а най-дългата от тях е 821 думи. Въпреки това, според своите създатели Xiaomingbot е много по-бърз и по-добър в писането от други журналистически програми, създавайки много по-естествени текстове.

На този етап повечето издатели са категорични, че макар и да е много по-евтино, не очакват скоро софтуерните програми да навлязат масово в писането на новини. Не така обаче мислят в Оксфорд, където изследователски екип прогнозира преди броени месеци, че журналистиката всъщност е една от професиите, които има голяма вероятност да бъдат заменени от компютри в близко бъдеще. А Крис Хамънд от компанията за езикови технологии Narrative Science стига дори по-далече. „Някой ден машина би могла да спечели Пулицър“ - посочва той пред британския The Guardian.

Според мнозина, крайъгълният камък в навлизането на журналистически програми ще бъде моментът, в който изкуственият интелект ще се научи да пише смислени и четивни текстове, които не се отличават от тези, създадени от човек. Това ще стане трудно, но ако този момент настъпи, той ще промени качествено правилата на играта, тъй като ще може да генерира съдържание с много по-висока скорост и ще създава несъизмеримо повече текстове от „човешките“ журналисти. Първо ще навлезе при отразяването на спортни резултати, борсовата търговия и прогнозите за времето, а след това – постепенно и в редица други медийни жанрове. Новинарската група Associated Press например отдавна публикува борсова информация, създадена от компютър, и далеч не е единствената.

Налага се въпросът: Какво ще стане, когато (и ако) софтуерните програми се научат да пишат добре? Ще имат ли медиите ресурси да си създават сами такива алгоритми, или на пазара ще се наложат един-два големи разработчика? И ако станем свидетели на втория сценарий,

какво ще стане с плурализма на мненията

и ще се стигне ли до момент, в който реално всички ще четем една-единствена медия, представляваща най-добрия алгоритъм за писане на статии, без значение кой сайт или вестник отваряме? А също и: Ще искат ли хората да четат текстове, които са написани от програми?

Отговорът на последния въпрос всъщност може да се окаже утвърдителен, поне ако съдим по спадащия авторитет на журналистическата професия във време, когато нейните представители са обвинявани във всичко – от некомпетентност, през неграмотност, до интересчийство. Истината е, че през последните години гилдията изгуби голяма част от обществената подкрепа и това може да се окаже от ключово значение в момент, в който тя може би ще има най-голяма нужда от такава.

КВАНТОВ СКОК ЗА **КИТАЙ**

Фото: **Китайска академия на науките**

Подготовката на квантовия сателит

автор: **Владимир Митев**

Световните икономически и технологични центрове – САЩ, ЕС и Китай, се надпреварват в овладяването на възможностите, предлагани от т.нар. квантови технологии. Те са свързани с необикновената способност на субатомните частици да бъдат едновременно в две различни състояния или да си влияят при положение, че са на голямо разстояние една от друга.

Първото свойство се използва в квантовите компютри и позволява на клетките им да имат стойност не само 0 или 1, както е при обикновените изчислителни машини, но и да имат стойност, изразявана едновременно с 0 и 1. Така способността за калкулации нараства неимоверно.

Второто свойство е ключът за т.нар. квантова комуникация – начин за обмен на информация с помощта на фотони, който не може да бъде „подслушван“ или „хакнат“. Успешни експерименти с квантова комуникация вече са правени на Земята. Но през август т.г. Китай стана първата страна в света, която изстреля спътник за квантова комуникация. Успехът е знак за нарасналата технологична мощ на комунистическата държава с капиталистическа икономика.

Надпреварата

Изстреляният от Китай сателит е част от многомилиардна стратегия за развитие на квантови технологии. Тя действа през последните 20 години и цели страната да настигне или дори задмине Запада във фундаменталните научни изследвания в областта. Петгодишният китайски план за икономическо развитие, обявен през март, дава приоритет именно на квантовите технологии. Финансирането за базовите изследвания, сред които са и тези в областта на квантовата физика, е достигнало 10,1 млрд. долара през 2015 г. През 2005 г. е било „едва“ 1,9 млрд. долара, пише в. Wallstreet Journal.

Сп. Forbes бие тревога, че американският бюджет за изследвания в областта на квантовата физика е само 200 млн. долара. Точни данни за китайския в тази област няма, но се предполага, че финансирането е няколко пъти по-голямо.

През април Европейската комисия обяви планове да започне проект за насърчаване на квантовите технологии – от защитени комуникационни мрежи до свръхпрецизни сензори за гравитация и часовници – на стойност 1 млрд. евро (1,13 млрд. долара). Европейската инициатива ще стартира през 2018 г. и ще е подобна по размери и амбиция на две вече съществуващи начинания – за изследване съответно на човешкия мозък и на материала на бъдещето – графен, известен със своята здравина и висока топло- и електропроводимост.

Усещането и в трите изброени световни икономически и технологични центъра е, че квантовите технологии са бъдещето и те трябва да бъдат развивани „сега или никога“. Неслучайно през 2014 г. американска компания, в партньорство с изследователи от Дания и Сингапур, се опита да изстреля малък сателит отново с цел квантова комуникация, но ракетата, която го транспортираше до международната космическа станция, се взриви.

Същността на постижението

Китай вече обяви, че първите тестови сигнали, изпратени от квантовия му сателит, са получени успешно. На спътника е разположена машина, която генерира скачени

двойки от фотони и ги изстрелва с лазер през специално създаден кристал. После тази свързана двойка се разделя и изпраща до две приемни станции на Земята, които са на разстояние 1200 км една от друга. Поради особените свойства на квантовите частици всяко определяне на информационната стойност или въздействие върху единия фотон от двойката ще бъде отразено на мига при другия фотон. По този начин чрез въздействие върху изпратената от сателита поредица от фотони в едната от двете станции между тези центрове може да бъде създаден изключително силен шифровъчен код.

Могъществото на шифъра се крие в това, че той е пренасян между страните в комуникацията извън времето и пространството. При скачването на кванти промените в единия квант от двойката се отразяват на мига в другия, независимо от разстоянието помежду им благодарение на своеобразна телепортация. Чрез тези скачени кванти може да се предаде какъв всъщност е кодът в последващото общуване.

„Ето тук идва моментът за неразбиваемия код. Навярно най-могъщият начин за криптиране е като се използва код за еднократна употреба. В този случай съобщенията са кодирани с таен ключ, известен само на двете страни в комуникацията. Теоретично, ако ключът е случаен, дълъг е колкото съобщението, не се използва никога повторно и се пази в пълна секретност, той никога не може да бъде разбит… Веднъж, щом хората от двете наземни станции създадат кода с помощта на скачените частици, те могат да криптират всяко съобщение. Методът на общуване може да е какъвто те пожелаят. Дори може да се използва обикновен телефон, след като шифровъчният код вече е съобщен и никой друг няма достъп до него“, обяснява американската медия Quartz, като се позовава на математика Спирос Михалакис от Института за квантова информация и материя в Калтек, САЩ.

Компютърна доминация

През юни стана ясно, че и Китай съхранява лидерската си позиция в световната класация за най-бърз суперкомпютър. Sunway TaihuLight има 10 649 600 ядра, консумира 15,37 MW ток и дава производителност от 6Gflops/Watt (общо 93 петафлопа – един петафлоп е равен на 1000 трилиона операции с плаваща запетая в секунда). Но Китай настъпва и в друга област, свързана с квантовите технологии – квантовите компютри.

През 2015 г. бе създадена съвместна лаборатория между Китайската академия на науките и гиганта в онлайн търговията Alibaba. Целта е до 2020 г. да има устройство, способно да борави с 30 кубита (кубитовете са единиците с информация на квантовите компютри – аналог на битовете при обикновените изчислителни машини). До 2025 г. машината трябва да има изчислителната мощ на днешните най-бързи суперкомпютри. А до 2030 г. трябва да заработи прототип на квантов компютър за публиката.

Отново през 2015 г. учени от Университета по науки и технологии в китайския град Хефей публикуваха статия, в която разкриха, че за първи път в света са използвали „машинно учене“ – едно от измеренията на изкуствения интелект при квантов компютър. Сред изводите им е, че огромните масиви от информация могат да затруднят дори суперкомпютрите в обработването им. Така че бъдещето определено е квантово. Вече и в Космоса.

Изстрелването на сателита

КОМУНИСТИЧЕСКАТА ДЪРЖАВА С ПАЗАРНА ИКОНОМИКА ДОКАЗВА, ЧЕ **НЕ САМО КОПИРА, НО И ПРАВИ ИНОВАЦИИ В ОБЛАСТИТЕ НА КОМУНИКАЦИЯТА И КОМПЮТРИТЕ**

НАЙ-ВАЖНОТО ПОПАДЕНИЕ НА **КОБИ БРАЙЪНТ**

автор: **Александър Александров**

Представете си, че Григор Димитров, Христо Стоичков, Димитър Бербатов и други знаменити български спортисти инвестираха своите пари в технологични стартиращи фирми. Това би вляло ценен капитал в прохождащата българска стартъп сцена и в добавка би увеличило нейния авторитет, привличайки вниманието на обществото към потенциала на бранша. За съжаление, днес е много трудно да срещнем новина за рискова инвестиция на български спортист в новосъздадена технологична фирма. Не така обаче стоят нещата от другата страна на Атлантическия океан, където музикалните и спортните звезди все по-често инвестират в Силициевата долина.

Поредното доказателство е новосъздаденият наскоро от баскетболната знаменитост Коби Брайънт инвестиционен фонд Bryant Stibel, който ще инвестира в стартиращи фирми от сектора на информационните технологии и медиите. Спортистът ще вложи около 100 млн. щ. д. собствен капитал в начинанието, превръщайки го в най-големия фонд за рискови инвестиции, създаден от спортист.

Че човек забогатял от баскетбола решава да вложи част от парите си в бизнес начинание, не е толкова изненадващо. По-странно обаче е изявлението на Брайънт в интервю за CNBC, че ако хората ще го помнят с нещо след 20 години, той би искал това да е инвестиционната му дейност, а не спортните му постижения. „Фокусът, когато играеш баскетбол, винаги е в победата. ... Но ако наистина искаш да създадеш нещо, което да остане за поколенията, трябва да

вдъхновиш следващите поколения

нали така? Те правят страхотни неща. След това тяхното поколение ще вдъхнови следващото. Ето как можеш да създадеш нещо дългосрочно. И това е най-красивото“ - обясни вижданията си един от най-големите баскетболисти, който вече си е спечелил място в „Залата на славата“ на баскетбола.

Новият инвестиционен фонд ще бъде базиран в Лос Анджелис. Бившият гард на „Лос Анджелис Лейкърс“ ще си партнира в новото начинание с предприемача и инвеститор Джеф Стайбел, който по професия всъщност е учен в областта на науките за мозъка. Както побързаха да напишат медиите в САЩ, двамата се допълват чудесно. Стайбел е най-известен като бивш мениджър на технологичната компания Web.com и е основател на редица други успешни стартъпи. Към неговия опит в предприемачеството Брайънт може да добави както парите си, така и своята популярност и маркетингов потенциал, а не на последно място – и креативност. Вероятно малцина са запознати с това, че той се води един от най-креативните

ФЕНОМЕНАЛНИЯТ БАСКЕТБОЛИСТ ИСКА ДА БЪДЕ ЗАПОМНЕН ОТ СЛЕДВАЩИТЕ ПОКОЛЕНИЯ КАТО РИСКОВ ИНВЕСТИТОР. И ВЕЧЕ ДОРИ ВЛОЖИ 100 МЛН. ДОЛАРА ЗА ПОСТИГАНЕТО НА ТАЗИ ЦЕЛ

Фото **Shutterstock**

Фото: Андрю Бърлстайн за www.brantstibel.com

Брайънт с партньора си във фонда Джеф Стайбел

баскетболисти и дори е

създал сам логото на новия фонд

Освен това Коби вече заяви, че активно изучава сферата на инвестициите от няколко години, за да може да управлява парите си по-добре.

Двамата инвестират заедно още от 2013 г. и вече са вложили средства в 15 бизнес начинания, включително спортния медиен сайт The Players Tribune, както и разработчика на видеоигри Scopely. Създаването на Bryant Stibel обаче ще им позволи да разширят значително своето инвестиционно влияние. Те вече обявиха, че към момента фондът не търси допълнително финансиране и вероятно в бъдеще също няма да привлича външни средства, които да управлява.

Истината е, че Коби Брайънт далеч не е първият спортист на това поле и дори може да се каже, че се включва относително късно в „играта“ на рисковите инвестиции, в сравнение с други свои колеги. Четирикратният шампион на Националната баскетболна асоциация на САЩ Шакил О'Нийл например е сред първите, които виждат

потенциала на новите технологии

Вероятно мнозина не знаят, че той е инвестирал в Google още преди компанията да излезе на борсата. Това се случва през далечната (за представите в ИТ бранша) 1999 г., когато О'Нийл участва в Серия А инвестиционен рунд за интернет търсачката заедно с други знаменитости като Арнолд Шварценегер, Хенри Кисинджър и Тайгър Уудс. По онова време Google се оценява на около 75 млн. щ. долара.

Друг баскетболист - Леброн Джеймс, е сред ранните инвеститори в още един популярен ИТ проект – Beats. Той е също и съосновател на медийната компания Uninterrupted, в която Time Warner инвестира 15.8 млн. щ. долара през декември 2015 година. Легендата от 90-те години Меджик Джонсън пък участва като генерален партньор в инвестиционния фонд Detroit Venture Partners. Извън баскетбола английският футболист Дейвид Бекъм инвестира през миналата година средства в британската услуга за видеострийминг MyEye. „Винаги се стремя да подкрепям британски бизнеси, които имат потенциала и визията да направят някаква истинска трансформация на глобалната сцена“ - заяви тогава пред британските медии бившата звезда на „Манчестър Юнайтед“ и „Реал Мадрид“. Друга спортна легенда на Острова – тенис звездата Анди Мъри, използва платформата за споделени инвестиции Seedrs, за да влага пари в стартъпи и вече има дялове в три такива проекта. За апетита на звездите от музикалната индустрия към рисково финансиране на стартъпи пък неотдавна посветихме отделна статия в сп. „Икономика“.

Вложените от Коби Брайънт 100 млн. щ. долара обаче са може би най-голямата инвестиция на спортна звезда в перспективния технологичен бранш. Сега на дневен ред идва въпросът: в какви проекти ще бъдат инвестирани тези средства и дали с тях действително ще бъде създаден нов бизнес, който да остане за поколенията. Без значение какъв ще е резултатът обаче, баскетболната звезда вече направи много, привличайки публичното внимание към и без друго „горещия“ икономически сектор и показвайки на други известни спортисти по света, че инвестициите в технологичния бранш могат да се окажат добра възможност за умножаване на парите им.

Borovitsa
HOTEL

"Можахте ли да откриете РАЯ?"

на брега на язовир Кърджали

тел: 0878830441; 0878830442; 0878830439

МИСТЕРИОЗНИТЕ ДЪЩЕРИ НА ПУТИН

автор: **Владимир Митев**

Жените в живота на големите държавни мъже винаги привличат медийно внимание. А когато във фокуса е личният живот на руския президент Владимир Путин, мистериозността нараства. Държавният глава разпалва силни страсти в целия свят и в родината си. Онези, които искат да го уязвят, като че ли са склонни да търсят аргументи в обкръжението му, тъй като самият Путин явно не дава достатъчно основания за нападки. А когато се знае, че лидерът на „Единна Русия“ се е развел със своята съпруга и има две дъщери, които са вече зрели, изкушението да се знае повече за семейството на Путин нараства. Но Кремъл и самият президент изключително рядко коментират въпроси, свързани с щерките.

За родената през 1985 г. Мария и за сестра й Екатерина, появила се на бял свят година по-късно, не се знае много. И двете са родени в ГДР, където Путин живее и работи през 80-те години – официално в качеството си на владеещ немски преводач. През 90-те семейството се установява в Санкт Петербург. Докато Владимир Владимирович е съветник по международните въпроси на кмета на града – Анатоли Собчак, Мария и Катерина учат в немската гимназия „Петер шуле“ – първото частно училище в района.

През 1996 г. Собчак губи изборите за нов мандат като кмет в Санкт Петербург. Семейството на Путин се мести в Москва, където бъдещият ръководител на страната става заместник-директор на Отдела за управление на президентската собственост. Децата продължават образование, свързано с немския език – в германското школо в Москва, разположено в дипломатическия квартал на руската столица.

Според сайта Собеседник.ру Мария получава средно образование през 2002 г., а Катерина – през 2003 г. В Петербургския университет постъпват обаче чак след пауза от 1-2 години. Известно е, че в Петербург Мария записва биология, а Катерина следва японистика. И двете вземат изпитите си, без да се явяват на лекциите.

От този период нататък започват медийните спекулации, които неизменно съпътстват живота на двете млади жени. Имената им периодично се замесват в различни любовни афери. Ту с гражданин на Германия, свързан със строителството на газопровода „Северен поток“, ту със сина на корейски дипломат или адмирал, ту с руски олигарх.

Путин не желае да се шуми около личния му живот и неговото семейство. Иска децата му да не страдат от това, че баща им доминира руския политически живот след 1999 г. Но през следващите години медиите периодично се опитват да пробият мълчанието около дъщерите с факти, които така и не получават потвърждение.

През август 2012 г. българската частна телевизия BTV публикува новина, че на Путин му се е родил внук – „на четвъртия етаж в болницата, подчинена на президента на Русия“. Според публикацията майката е Мария Путина. Една по една руските медии препредават новината, само че в техните съобщения вече мястото на раждане е в България.

Радио „Свобода“ се свързва с Десислава Ризова от BTV, за да разбере повече за оповестената новина. Отговорът на българската журналистка гласи: „Не разбирам защо вашите сайтове постоянно пишат, че внукът се е родил в България. На нашия сайт ясно е посочено, че той е дошъл на този свят в Москва, в централната болница под управлението на президента. Известно ми е дори името на лекаря, точният час на раждане и т.н. Информацията получих от руски колеги, които казаха, че при вас (в Русия – бел.ред.) тя представлява държавна тайна“.

От самата болница заявяват, че „лични данни за пациентите не се разгласяват“.

Слух, че Мария е родила син, но през вече далечната 2004 г. се завърта в руски медии и преди 2012 г. За кратко през юни т.г. средства за масово осведомяване в Украйна и Русия разпространиха „новината“, че същата Мария е загинала при автомобилна катастрофа. Съобщението обаче скоро бе опровергано. Популярни са интерпретациите и че гимнастичката Алина Кабаева е родила три деца от Владимир Путин – през

Една от малкото семейни снимки, която се появява в медиите - Путин с бившата си съпруга Людмила (вдясно) и голямата дъщеря Мария

2009 г., 2012 г. и 2015 г.

„Информацията, че на Путин му се е родило дете, е невярна. Бих искал да помоля хората с парични средства да организират конкурс за най-добра журналистическа измишльотина“, заяви в отговор на последното твърдение Дмитрий Песков – говорител на Кремъл, пред сп. Forbes Russia през март 2015 г.

Със сигурност Мария и Екатерина провокират спекулации. Не защото дават основания с поведението си, а заради оскъдицата на официална информация, свързана с тях. Дълго време се смяташе, че те са учили в Германия. Но през декември 2015 г. баща им проговори за своето семейство.

„Мария и Катерина живеят в Русия, но са избрали да стоят настрана от политиката и бизнеса. Те никога не са били деца, които да привличат вниманието към себе си. Нито са изпитвали удоволствие да се намират в светлините на прожекторите. Те просто живеят своя живот… в Русия… И никога не са учили вън от родината. Гордея се с тях. Те продължават да учат и работят. Всяка от дъщерите ми говори свободно три европейски езика“, обяви Путин.

Тези твърдения изглежда опровергават по-ранните публикации, че Мария например е живяла в Нидерландия със съпруг холандец, работещ за руска консултантска компания. През 2014 г. в медиите дори се бе появила информация, че Маша е избягала от „ниската земя“, след като холандски кмет е поискал дъщерята на Путин да бъде изгонена от страната като отговор на инцидента със самолета MH17, свален неизвестно от кого над Източна Украйна.

През февруари 2016 г. руското списание „Ново време“ разказа, че жена с име

ОСКЪДИЦАТА НА ОФИЦИАЛНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА СЕМЕЙСТВОТО НА РУСКИЯ ДЪРЖАВЕН ГЛАВА ПОДХРАНВА СЛУХОВЕ, **КОИТО ЧАК СЛЕД ВРЕМЕ БИВАТ ОПРОВЕРГАВАНИ**

Според разследване, Катерина живее под името Тихонова. Този кадър е запечатал участието ѝ в танцово състезание в Швейцария

Снимка на Екатерина Путина (Тихонова), направена от Павел Дуджик

Съпругът на Катя – Кирил Шамалов, за когото се твърди, че е станал милиардер покрай роднинската си връзка с президента

Мария със същата рождена дата като дъщерята на Путин живее в Москва в апартамент, чиято мансарда гледа право към американското посолство. С фамилно име Воронцова тя била завършила Факултета по фундаментална медицина на Московския държавен университет, където учила в периода 2006-2011 г. Имала и дете и всъщност днес носела фамилията Фаасен, което потвърждава хипотезата за брак с холандски гражданин. Въпросната Мария имала и монография в областта на ендокринологията.

Медийният разказ за Екатерина в западните средства за масово осведомяване също има своите любопитки. Твърди се, че под името Тихонова – фамилията на майка ѝ, тя е участвала в състезание по акробатичен рокендрол в Швейцария, където е завършила пета със своя танцов партньор. Според разследване на журналиста Олег Кашин Катерина Тихонова, чиято рождена дата съвпада с тази на дъщерята на Путин, ръководи Фонда за национално развитие в Русия и реализира проект за разширяване на Московския държавен университет на стойност 1,7 млрд. долара.

Името на Екатерина неизменно се свързва със съпруга ѝ Кирил Шамалов. Младият бизнесмен е собственик на нефтохимическата компания „СИБУР“, а баща му е един от хората, които западните медии описват като „близки“ до Путин.

За Шамалов се твърди, че всъщност акумулира голямо богатство и се изкачва в бизнеса именно благодарение на брака си с Екатерина Путина. Дмитрий Песков коментира и тези публикации: „Дъщерите на Путин не се занимават с политика или бизнес. Бизнесменът Шамалов е добре известен. Доколкото знам, с действията си не нарушава законите на Руската федерация. Той е бил в продължение на много години в ръководството на компанията „СИБУР“ като един от много мениджъри в качеството си на акционер. Неговата кариера и бизнес не са в сферата на интерес на Кремъл. Не коментирам личния живот на близките роднини на Путин“.

Без коментар остава и слухът, според който Путин имал връзка с бившата съпруга на Рупърт Мърдок – 47-годишната китайка Уенди Дън. През юли т.г. обаче самата тя опровергава публикациите. „Никога не съм го срещала“, каза Дън за Путин пред сп. Vogue. После попита реторично защо медиите са избрали точно нея за гадже на руския президент.

Може би защото колкото по-неправдоподобен е един слух, толкова по-убедително звучи. И навярно по същата логика най-неочакваното и неприемливото нещо за публиката е едно семейство да бъде нормално.

НОВИ КНИГИ ОТ **СИЕЛА**

Власт и съпротива

Автор
Илия Троянов

Цена -
15 лева

Какво е съзнание, питаше ни преподавателят. Измишльотина! Какво е индивидуално щастие? Илюзия. Какво е лична свобода? Лъжа. Който го е разбрал, ще бъде нов човек.

С тези думи, като че излезли от света на Оруел, са обучавани агентите на комунистическата власт в новия роман на Илия Троянов „Власт и съпротива“. Още миналата есен книгата се превърна в литературно събитие в Германия. Тя беше номинирана за най-добър немскоезичен роман на 2015 г., а „Франкфуртер Алгемайне Цайтунг“ написа: Троянов е „събирач на съдби“ от едновремешна комунистическа България. Съдби, от които на човек му настръхват косите.

Кръстопът

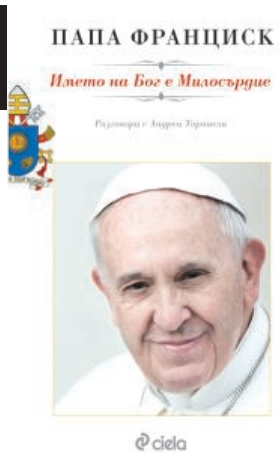
Автор
Кемал Тахир

Цена -
15,90 лв.

Действието в „Кръстопът“ обхваща малко познат кратък период от историята на Турция по времето на Мустафа Кемал Ататюрк. На фона на току-що въведените основни реформи в турската държава, в крехката все още Република, прозорливият политик инициира създаването на втора „опозиционна“ формация – така наречената Свободна партия, като отговор на официалната републиканска народна партия. Вижте как се полагат основите на модерна Турция, върху които стана възможно мирното съществуване в съюз между ислямската религия и секуларната държава.

Името на Бог е милосърдие

Автор
Папа Франциск



Цена -
10 лева

В своята първа книга, издадена след възкачването му на Светия престол, папа Франциск говори за милосърдието, любовта и отварянето на човешкото сърце към другите. Главата на католическата църква продължава да печели симпатии със своите изненадващо либерални възгледи, с борбата си с корупцията във Ватикана и с отварянето на църквата към хора, които преди тя е заклеймявала, както и с призивите си за социална справедливост, равенство и промяна на модела, по който се движи светът. Докато Западът като че ли се обръща надясно към консерватизма и национализма, папата призовава за приемане на различните, за съчувствие към бежанците, към бедните, към грешниците и престъпниците, към всички хора, които са били отритнати, отчуждени и за които сякаш се опитваме да не мислим в забързаното си ежедневие.

Лица за милиони: Стефан Шарлопов. Рискувам и печеля

Автор
Светослава Рудолф

Цена -
12,90 лв.

Стефан Шарлопов. Кога, как, какво:

- Как човек, оставал с 5 лева в джоба, успява да инвестира 220 милиона евро?
- Какво прави, когато му предлагат „червен куфар“ с 1 милион долара?
- Как губи 5000 лева при първата си сделка и печели 55 000 с втората?
- На какво се дължи „парадоксът на постоянния успех“ на Шарлопови?

ВЕЧЕР НА ДОБРОДЕТЕЛИТЕ ПРОМЕНЯ СТОТИЦИ **ДЕТСКИ СЪДБИ**

Вечер на добродетелите на Фондация „За Нашите Деца" иска да създаде Комплекс за ранно детско развитие, казва Иванка Шалапатова

ФОНДАЦИЯ „ЗА НАШИТЕ ДЕЦА" ОРГАНИЗИРА СЕДМОТО ИЗДАНИЕ НА НАЙ-ГОЛЯМОТО СИ БЛАГОТВОРИТЕЛНО СЪБИТИЕ

Фондация „За Нашите Деца" организира седмото издание на най-голямото си благотворително събитие „Вечер на добродетелите". То ще се проведе на 26 октомври в най-модерния център на високотехнологичните иновации Sofia Tech Park, а на сцената ще излязат световноизвестни български изпълнители, сред които цигуларят Веско Ешкенази и диригентът Мартин Пантелеев.

„Във фондация „За Нашите Деца" вярваме, че животът в любящо и сигурно семейство е основна предпоставка всяко дете да разгърне своите таланти и способности и да води пълноценен живот. За нас всяко дете в институция е мотив да продължаваме напред и да развиваме капацитета си, за да предлагаме по-добри алтернативи на най-уязвимите – децата, разделени от своето семейство. За съжаление всяка година близо 1000 деца попадат в институция. Там те са лишени от топлината на майчината прегръдка и закрилата на бащино рамо. Никоя институция не може да бъде дом за едно дете", разказа Иванка Шалапатова, изпълнителен директор на фондация „За Нашите Деца".

Това е и причината през 2015 г. екипът на фондацията да реши да промени живота на 21 бебета, които по това време живеят в Дома за медико-социални грижи „Св. София" в столицата. До края на тази година всяко едно от тях ще бъде изведено от дома и настанено в семейна или близка до семейната среда. Целта на фондация „За Нашите Деца" е да обнови сградата, да й вдъхне нов живот и да я превърне в съвременен Комплекс за ранно детско развитие, който ще предоставя интегрирани социални и здравни услуги на деца и семейства, така че те да останат заедно и да се радват на щастливо настояще и светло бъдеще.

Мисията на Вечер на добродете-

Райна Миткова-**Тодорова**,
управител на ЕОС Матрикс:

Бизнесът е успешен, когато дава

Г-жо Тодорова, какво ви мотивира да подкрепите Вечер на добродетелите?

- Мотивацията ни е комплексна, тъй като социалната отговорност се явява неразделна част от философията и ценностите на компанията ни. Когато решаваме накъде да насочим усилията си, на първо място е значимостта на каузата, партньорите, които подкрепяме, и възможността да се постигне реална промяна с действията, които се предприемат.

- Каква е ролята на социално отговорния бизнес за подобряване живота на децата и семействата в риск в България?

- За нас това е нещо повече от протегната за помощ ръка в конкретен момент, като акцентът пада именно върху отговорността, която имаме към обществото и средата, в която се развива бизнесът ни. Отговорност, която е дългосрочна, устойчива и осмислена. За нас благотворителността не е критика към държавата, а подкрепа, която бизнесът трябва осъзнато да предоставя. Именно чрез споделените усилия можем да постигнем реални и устойчиви успехи за подобряване живота на деца и семейства в риск.

- Какво очаквате от тазгодишното издание на Вечер на добродетелите?

- Очакванията ни са в три основни насоки. На първо място, естествено, е Вечерта на добродетелите да събере нужната подкрепа за деца и семейства в риск у нас. Другите два акцента са широко популяризиране на тази смислена кауза и образоване на публиката и бизнеса за начините, по които тя може да се подпомогне. На гостите пожелаваме споделеното удовлетворение, че може да си успешен, като даваш.

лите 2016 е да набере средства за обезпечаването на услугите, които екипът на фондацията ще предоставя в комплекса. По този начин седмото издание на най-голямото благотворително събитие на фондация „За Нашите Деца“ ще е в основата на затварянето на един социален дом и превръщането му в пристан на надежда, толерантност и подкрепа за стотици деца и родители в риск в област София. В комплекса децата и родителите ще намерят широк набор от услуги – от консултации със специалисти до хидро, хипо и арт терапия. Семействата ще могат да се възползват от всички необходими услуги, така че техните деца да получат най-добрата грижа.

„През 2015 г. на територията на областта са постъпили сигнали за 1552 деца в риск. Това са 1552 съдби, за чиято сигурност и бъдеще трябва да се погрижи цялото общество“, коментира Иванка Шалапатова и допълни, че пътят на тези деца зависи от всички нас. Целта на фондация „За Нашите Деца“ е през 2017 г. в новоизградения Комплекс за ранно детско развитие да подкрепи поне 400 деца.

Вечер на добродетелите 2016 ще предложи на своите гости изключително интересна арт програма с изпълнения на световноизвестни български звезди. Част от Вечерта по традиция ще бъде и благотворително наддаване, което ще даде възможност на всеки гост да стане горд собственик на предмет, принадлежал на българска или световна знаменитост, или да спечели специално преживяване, дарено от дипломатическия партньор на събитието – Н. Пр. Ема Хопкинс. Събитието ще събере на едно място целия културен, дипломатически и бизнес елит на страната, а с присъствието си всеки гост ще допринесе за подобряването на стотици детски съдби.

Милко **Димитров**,
изпълнителен директор
на „Петрол“ АД:

Подпомагаме социално значими каузи

Г-н Димитров, какво ви мотивира да подкрепяте социални каузи и как бизнесът може да подобри живота на децата и семействата в риск?

- Мотивация намираме в разрешените казуси и усмивката, която даряваме с решенията на УС на компанията. Ние в „Петрол вярваме“, че бизнесът е способен да подобри живота на семействата в риск, повишавайки своята ефективност, работейки в посока превенция срещу безработицата и отделяйки средства за подобряване здравето и социалния статус на българина.

- Какво е нужно на една компания, за да бъде партньор на неправителствения сектор?

- Преди всичко е необходимо да има разбиране на тази материя, както и воля в убедеността, с която дори и малките стъпки са големи крачки. Когато която и да било компания бъде водена от целесъобразни икономически методи, то тя има своята икономическа независимост да подпомага неправителствения сектор и социално значимите каузи.

- Как вашите служители приемат партньорството с Вечер на добродетелите и това мотивира ли ги?

- Всеки един от нас в човешки аспект има своята история. Всеки се е сблъсквал по един или друг начин с неравностойното положение, със здравословни и житейски несгоди. Вярвам, че стъпките, които показваме с решението си да подкрепим събитието „Вечер на добродетелите“, се отчитат с достойнство и гордост от служителите ни. Средствата, които отделяме, са средства - плод и на техния труд.

КУЛИНАРНА ФАНТАЗИЯ В ЕСТЕ

Световноизвестният немски шеф-готвач Айк Цимер и българският му колега шеф Димитър Дамянов, главен готвач в елитния столичен ресторант „Есте“, зарадваха ценителите на добрата кухня със 7-степенно меню от световна класа на изискана вечеря. Събитието събра колеги от бранша, известни личности и бизнесмени на 26 септември в елегантната барокова обстановка на „Есте“. За приятната атмосфера допринесоха талантливите музиканти от трио J'aime, а менюто задоволи и най-претенциозния вкус.

Сред уникалните ястия, приготвени от шеф Цимер и шеф Дамянов, бяха сьомга, маринована с джин, омар с микро салати, бекон и крутони, стрида бейгнет с кисели краставици, авокадо и хайвер, стек тартар, приготвен по азиатски стил, пъдпъдък с маракуя, полента и китайско зеле, както и агнешки котлетчета с мадейра сос, праз и гъба смръчкула. Кулинарната фантазия завърши с черен шоколадов ганаш с череши и макадамия, а

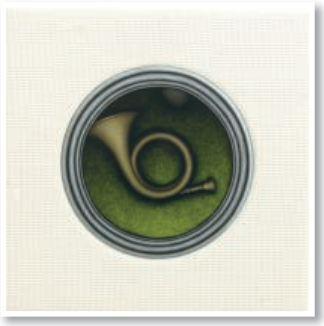
гостите, препълнили изискания ресторант, не пропуснаха лично да поднесат комплиментите си на шеф Айк Цимер и целия екип на „Есте“.

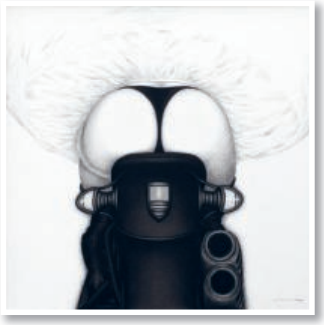
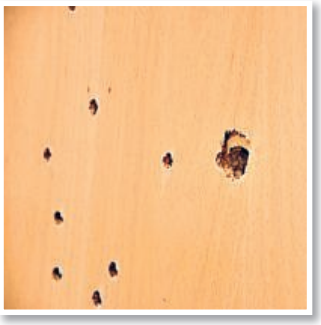
Цимер е носител на престижни международни награди, сред които Шеф на годината във Великобритания и Португалия, и е работил в някои от най-елитните 5-звездни европейски хотели като „Дорчестър“, „Клариджис“ и „Ритц“ в Лондон, „Чупана Хилс“ в Мадейра и „Лоури“ в Манчестър. С неговото гостуване бе открит сезонът на тематичните вечери в „Есте“, като домакините обещават продължение с не по-малко популярни и титулувани шеф-готвачи.

НЕМСКИЯТ ШЕФ ВИРТУОЗ АЙК ЦИМЕР **ВПЕЧАТЛИ ГОСТИТЕ НА РЕСТОРАНТА С МЕНЮ ОТ СВЕТОВНА КЛАСА**

ПРЕЗ КЛЮЧАЛКАТА НА ВЪОБРАЖЕНИЕТО

ЗА МЕН СВОБОДАТА Е ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО ДА СЪЗДАВАМ КРАСОТА, КАЗВА ХУДОЖНИКЪТ СТЕФАН БОЖКОВ



автор: **Татяна Явашева**

Черното е цветът, който първи свършва в палитрата на художника Стефан Божков, но творбите му не са мрачни. Той умее да наблюдава света, да „запечатва“ образи и детайли, които после да превръща в произведения на изкуството, създадени с прецизност и финес. „Даже от един нехаен поглед може да бликне изкуство“, уверява той.

Посоки

Стефан Божков е артист с широк спектър на изява - работил е с издателства, правил е и продължава да прави графичен дизайн на книги, бил е художник на археологически разкопки, на издания на БТА, на вестници, занимавал се е със сценография в телевизията и в театъра, рисувал е комикси, проектирал е няколко казина. Само с глина не е работил, но планува скоро да опита и това. В работата си прилага най-различни техники: „За мен водеща е идеята. Когато е налице, тя започва да изисква как да бъде представена и подсказва как да бъде изпълнена. Правя литографии, но това не е единствената техника, която владея. Рисувам върху платно и хартия, създавам пластични изображения. Понякога мащабите не достигат, защото всичко зависи от пространство, от финанси и от много други фактори.“

Точният момент

Стефан Божков е готов да отложи реализацията на едно свое хрумване или на някоя цялостна идея и да ги остави да чакат своето време, ако не може да се осъществят без значителни компромиси: „Имам много идеи, с които не бързам да се заема. Не зная кога е големият момент, но все някога идва времето на нещата, които съм отложил.“ Такъв

Фото: **Стоян Йотов**

Даже от един нехаен поглед може да бликне изкуство, уверява Стефан Божков

пример е библиофилското издание, което той направи на книгата на Робърт Бърнс „Песни“. Минали около пет години, докато създаде концепцията, после я реализирал за осем месеца. Избрал 12 песни на известния шотландски поет, по които направил литографии. Отпечатал е само 55 бройки лимитиран тираж, подписани лично от него. Финансирал изданието благодарение на добри приятели, които подкрепили реализацията на този скъп проект. През 2014 г. книгата получи престижното отличие „Златно перо“ на Международното биенале на графиката в Белград. Стефан Божков е замислил и други интересни проекти, но тъй като са твърде скъпи, стоят и си чакат времето.

Вътрешният огън

Едни неща се правят бавно, а други – спешно. Когато сроковете те притискат, попадаш под силен огън, концентрираш се и постигаш много за твърде кратко време, обяснява Стефан Божков. Той не е от художниците, които рисуват непрестанно: „Аз повече мисля, нещата тлеят вътрешно или си горят, а понякога избухват. Има периоди, в които нищо не правя. Тогава чета, гледам филми, слушам музика. И когато отново се заема с нещо, му се посвещавам изцяло.“ Стефан Божков не рисува от натура, а по впечатленията, които е събрал. Устроен е така, че постоянно трупа в съзнанието си образи и сцени, запечатва различни моменти, дори когато изглежда, че сякаш бездейства. Започне ли обаче да работи, „издърпва“ типажи, детайли, картини, които е съхранил в паметта си.

Свобода

„Всичко е изкуство. Да живееш също е изкуство. И да правиш вино е изкуство, иска се майсторство да създадеш този нектар от божи целувки. С вино може и да се рисува и съм го правил неведнъж“, споделя художникът, който е ценител на виното и на радостта от живота. Той е човек, отворен за всякакви предизвикателства. Така един ден най-неочаквано получил предложение да проектира интериора и екстериора на едно казино и да направи цялостното изпълнение на проекта. Приел, за да провери дали може да се справи. После получил още пет подобни поръчки. В такива случаи условието е да има пълната свобода да взема решенията и да ги реализира. Усети ли ограничения, не поема ангажимент. За него няма нищо по-сладко от свободата: „Когато се събудиш сутрин и усетиш, че разполагаш със себе си, трябва добре да знаеш какво би желал да направиш. Свободата не е за всеки - иска се да я владееш. Затова трябва да я заслужиш. За мен тя е предизвикателството да създавам красиви неща. Артистът не бива да чувства тежестта на ограничения и зависимости, тъй като това ще влияе и на творчеството му.“

Стефан Божков е правил много изложби по света и у нас, носител е на редица награди. През ноември с двама свои колеги открива обща експозиция в Букурещ. Предстоят му и много други изяви. Активен е и участва в редица културни прояви в страната и в чужбина, защото вярва, че една нация оставя следа чрез своето изкуство и култура: „Важно е какво си създал, а не колко хляба си изял“.

КАМЕННАТА ГОРА
КРАЙ ВАРНА

автор: **Яна Колева**

В България има много места, обвити от предания и легенди, които не спират да привличат интерес. Такова чудодейно място са Побитите камъни, които са уникален феномен близо до Варна, известен още като Каменната гора и Дикилиташ. Те нямат аналог в света. Намират се на около 18 км по пътя за София. Каменните блокове са с форма на колони, изправени върху земята, те са като побити, откъдето идва и наименованието – сякаш забити от митични древни гиганти. Над земята достигат височина до 5-6 метра, техният диаметър варира между 30 см и 3 м, като във вътрешността голяма част от тях са кухи. Образуванията имат различни силуети, заради което са получили имена - Каменните стражи, Камилата, Трона, Каменната гора и др. Побитите камъни са обявени за природна забележителност през 1937 г. с цел да бъдат опазени.

Хипотези

Има различни хипотези за произхода им. Според едно от предположенията в този край преди 50 млн. години е било Лютевско море. С течение на времето водата се оттеглила от тези места и останали три пласта от морското дъно – глина, пясък и варовик, като най-горен слой. Под влиянието на атмосферните условия варовикът започнал да се разрушава и наситената с него дъждовна вода слизала в долния пласт с кварцов пясък, споявала се с него и отгоре надолу в продължение на 10 млн. години се образуват каменни колони с причудливи форми. Този процес е подобен на онова, което се случва в пещерите, и се създават сталактити и сталагмити. Съществува и хипотеза, че са останки от гигантски коралови рифове. Според друга версия, те са се образували при подводна вулканична дейност, като от морското дъно е изригвал газ метан и около него са се образували каменни колони. Там, където газът е преминавал, колоните са оставали кухи. Някои специалисти са убедени, че в основата са биологични процеси на водорасли и бактерии, които в дълбока древност са образували този феномен.

Направено от предци?

Има и една нова теория, която авторът Георги Велев развива в книгата си „Посланието Побити камъни“, публикувана през 2011 г. Той разглежда внимателно формите, строежа и символиката, а също и математическите пропорции, и стига до извода, че може би всичко това все пак е дело не на природата, а на древни предци. Неговите проучвания установяват, че камъните са ориентирани спрямо слънцето. Като доказателство в своята версия Велев сочи интересно явление, което се наблюдава край село Слънчево – също част от този каменен комплекс. Двата най-големи камъка там са сцепени през средата и през прореза им слънчевите лъчи се проектират върху съседните им само при равноденствие и слънцестоене. В една каменна ниша светлината пада единствено и само в деня на зимното слънцестоене. При това процепът е на камък, приличащ на фалос, а нишата – на символична утроба.

ИМА МНОГО ХИПОТЕЗИ ЗА ПРОИЗХОДА НА ФЕНОМЕНА ПОБИТИ КАМЪНИ, **НО ЗАГАДКАТА ОСТАВА НЕРАЗГАДАНА**

Легенда

Твърди се, че районът на Побитите камъни е зона с висока енергийна мощ. Според една от легендите преди много векове, когато морето покривало земите край днешна Варна, то се охранявало от титани. В близост имало селце, в което живеел млад момък. Един ден, под клетва да пази тайната, Бог му разкрил своето име и го дарил с безсмъртие. Но го предупредил, че ако се изкуши и разкрие името Божие, отново ще стане простосмъртен. Една сутрин момъкът се разхождал по морския бряг и съзрял красива девойка. Когато се върнал в селото и разпитал за момичето, му казали, че е отредена за жена на предводителя на морските титани. Престрашил се той и отишъл при тях. Казал им, че е готов на всичко, стига да му позволят да се ожени за нея. Те обещали да му дадат девойката само ако им разкрие името на Бога. Заради любовта той се решил да го направи. Подредил телата на титаните по морския бряг и така изписал името на Бога. А той гледал отгоре и поразен от постъпката на момъка, наказал титаните, като ги превърнал в каменни колони. А младият мъж тръгнал да търси своята любима. Когато двамата се прегърнали, под краката им бликнал извор с лековита вода. Този извор съществува и до днес. Той е на 2-3 километра от зоната на туристическата атракция. Твърди се, че водата има благотворно въздействие при хора, страдащи от опорно-двигателни проблеми и от заболявания на храносмилателната система.

Величие и сила

Побитите камъни продължават да очароват със своята внушителност и сила. Те крият величие, с което не се е справила нито ерозията, нито хората, макар да е имало години, в които са ползвани за добив на пясък и скален материал. Някои например са разрушени при прокарването на пътищата. Защитената зона, която туристите посещават, е твърде малка част от целия природен феномен, а и по тези земи и преди това са живели хора, които са могли да ползват камъните.

Загадката на Побитите камъни остава неразгадана. Струва си да посетите тази фантастична каменна гора, като специално набележите това място, или просто да направите една отбивка от пътя, когато сте в района на Варна. Една от каменните групи е наречена Кръгът на желанията и има поверие, че каквото си пожелаеш на това място, то се сбъдва.

КИРИБАТИ

33 късчета от рая

КРАСИВИТЕ БРЕГОВЕ НА ОСТРОВИТЕ

Фото Wikimedia.org

ЕДНА ОТ НАЙ-ЖИВОПИСНИТЕ ОСТРОВНИ ДЪРЖАВИ Е ЗАПЛАШЕНА ОТ ИЗЧЕЗВАНЕ ЗАРАДИ ПОВИШАВАНЕТО НА ОКЕАНСКОТО НИВО

автор: **Преслава Георгиева**

Кирибати е независима република, част от Британската общност, разположена в централната част на Тихия океан, на около 4000 км югозападно от Хавай. Състои се от 33 коралови острова, принадлежащи към Микронезия и разделени на три островни групи: Гилбърт, Феникс и Лайн.

Всички острови са атоли (пръстеновидни коралови образувания, обграждащи лагуна), с изключение на остров Банаба, който е повдигнат атол. 21 от общо 33-те острова са обитаеми, като най-голяма част от населението е концентрирано на островите Гилбърт. Само един от от островите Феникс и три от островите Лайн са постоянно обитаеми. Столицата на Кирибати е Тарава - атол от групата Гилбърт, а за главен административен център служи прилежащото на Тарава островче Байрики.

Общата площ на Кирибати е 811 кв. км, като островите

СЕЛЦЕ НА КИРИБАТИ

ЮЖНАТА ЧАСТ НА О-В ТАРАВА

ПОДВОДНИТЕ БОГАТСТВА НА КИРИБАТИ

се простират на 3900 км от изток на запад, а от север на юг трансгранично преминаващите екватора острови, покриват площ от около 2100 км. Киритимати, принадлежащ към групата Лайн, има площ от 609 кв. км и е атолът с най-голяма площ в света. Изключителната икономическа зона на Кирибати покрива площ от 3,5 млн. кв. км. Средната височина на по-голямата част от атолите е едва два метра над морското равнище, с изключение на о-в Банаба, чиято височина достига 81 м. Бариерните рифове, които заобикалят атолите, образуват живописни лагуни, подходящи за риболов, шнорхелинг, гмуркане, плуване и множество други водни спортове.

До 1994 г. часовата разлика между източните и западните островни групи от двете страни на международната линия за смяна на датите, била 23 часа. Това създавало огромни неудобства, тъй като те имали възможност да осъществяват бизнес помежду си едва 4 дни в седмицата. Затова тогавашният президент на републиката решил да премести линията и часовата разлика между групите Гилбърт, от една страна, и Феникс и Лайн от друга, станала само 2 часа. По тази причина Кирибати е първата нация, посрещнала новото хилядолетие през 2000 г.

АТОЛЪТ АБАЙАНГ

История

Местните легенди твърдят, че духовете дошли в Кирибати от Самоа и с времето започнали да се превръщат в човешки същества, затова и до днес островитяните вярват, че са наследници на духове. Счита се, че историята на Кирибати, известна като „Тунгару“, започва с пристигането на микронезийците в Южния пасифик, което според някои източници започва през 500 г. пр. н. е., а според други - преди повече от 3000 г.

Микронезийската култура се разпространила из островите, а по-късно била повлияна от полинезийската и меланезийската вследствие на нашествията на съседните Самоа, Тонга и Фиджи и на смесените бракове между тези нации.

Първите европейци, достигнали тези земи през XVI в., били ловци на китове, търговци на роби и екипажи на търговски кораби. Остров Киритимати бил открит на 24 декември 1777 г. от капитан Джеймс Кук, който го нарекъл о-в Рождество. През 1820 г. западната група острови получила името Гилбърт в чест на британския капитан Томас Гилбърт.

Пристигането на първите мисионери през 50-те години на XIX в., поставя началото на християнството в Кирибати. Първи идват американските протестанти, а по-късно - представители на Британското мисионерско общество и френските католици. Религията бързо навлиза в културата на островното население, но първият местен свещеник бил положен в сан чак през 1978 г. и по-късно бил назначен за епископ на Кирибатската епархия.

Появата на мисионерите обаче имала немалко неприятни последици за местното население. Те забранили „неприличните танци“, неизменна част от традициите на островитяните, наложили промени в семейно-брачните им обичаи, а между 1860-70 г. европейци и южноамериканци започнали масово да превръщат местните мъже в роби и да ги изпращат на плантациите във Фиджи, Таити, Хавайските острови, Самоа и Гватемала.

Християнството става повод и за нарастващи междуплеменни конфликти и войни. През 80-те години на XIX в. християнски племена от севера, предвождани от хавайски пастори, нападат езичниците на южните острови, убиват над

1000 души и присвояват земите им. Това дава повод на Великобритания да се намеси в случващото се на островите Гилбърт. За отправна точка послужило малкото живописно кралство Абемама - предпочитана дестинация за пътешествениците, включително английския писател Р. Л. Стивънсън, който прекарва известно време тук, преди да се установи в Самоа през 1890 г.

През 1892 г. тук пристига капитан Дейвис със своя кораб „Роялист“ и обявява Абемама и останалите острови за британски протекторат, със седалище в Тарава. През 1900 г. Великобритания анексира о. Банаба, след като там биват открити находища на фосфати. Добивът им станал основен стълб на икономиката на протектората и затова през 1900 г. щабът на британската администрация се премества в Банаба. САЩ също предявяват претенции към островите Феникс и двете държави се споразумяват за съвместен протекторат.

През 1916 г. Обединеното Кралство трансформира протекторатите на о-в Гилбърт и о-в Елис (днес - Тувалу) в обединена колония, към която били присъединени също островите Банаба, Фанинг, Вашингтон и Токелау, а по-късно – Рождество и Феникс. Колонията била разделена на 5 административни окръга, като добивът на фосфор продължил да бъде основен отрасъл на икономиката заедно с отглеждането на кокосови палми.

След началото на Втората световна война и военните действия в Тихия океан през декември 1941 г. островите Гилбърт и Елис били подложени на сериозни, постоянни атаки от страна на японците по вода и въздух и година по-късно европейските заселници се преселват на остров Банаба. През 1942 г. обаче японските войски окупират Банаба, Тарава, Бутаритари и Абемама и местят населението на островите Науру и Кусаиеи.

През ноември 1943 г. островите Гилбърт, Бутаритари, Абемама и Макин стават сцена на едни от най-кървавите сражения между американските и японските сили и впоследствие японците биват прокудени от Гилбърт, а американците създават тук свои военни бази. Възстановената британска администрация служи като посредник между местното население и американските военни.

Остров Банаба остава японско владение до края на войната, а след капитулацията на Япония колониалните власти решават да не връщат изселниците, а да ги преместят на остров Фиджи, където повечето от тях и наследниците им живеят и до днес. През 50-те и 60-те години на XX в. на остров Киритимати се провеждат едни от първите британски ядрени изпитания, в резултат на които регионът понася огромни щети.

Първите сериозни политически реформи започват през 1963 г. когато колониалните власти започват да създават изпълнителни и консултативни съвети, включващи и местни жители. През 1971 г. колонията получава самоуправление със собствен губернатор, законодателен, а по-късно и изпълнителен съвет, избирани от гражданите.

През 70-те години етническите и езиковите разлики между островитяните от Елис и Гилбърт стават нетърпими и достигат своята кулминация с референдум през 1974 г.,

ХРИСТИЯНСКА ЦЪРКВА

АТОЛЪТ МАРАКЕЙ

когато населението на Елис гласува за отделяне от колонията. 4 години по-късно те получават своята независимост, а остров Елис бива преименуван на Тувалу.

Островите Гилбърт или Кирибати („Кирибати“ всъщност е местното произношение на „Гилбърт“) получават право на вътрешно самоуправление и правителствена система на управление през 1977 г., а през 1979 г. островната нация получава независимост. След дълги преговори остров Банаба остава част от републиката, а САЩ официално се отказват от 14-те острова под тяхна юрисдикция.

Забележителности

Остров Банаба и островите Гилбърт и до днес пазят редица исторически свидетелства за американско-японските сражения, които туристите могат да видят, без да се налага да влизат в музей. Тук ще откриете 8-инчови крайбрежни отбранителни оръдия, японски бетонни бункери, ръждясали танкове, останки от кораби и самолети, както и множество мемориални плочи и паметници, сред които кенотаф, издигнат в чест на загиналите американски войници, и будистки и шинто храмове, построени от японците в памет на загиналите им сънародници.

Островите Феникс са дом на най-голямата морска защитена територия в света - 408 250 кв. км - обитавана от 19 вида диви морски птици, огромно разнообразие от видове риби (509 от които идентифицирани), 120 вида корали, бозайници, акули, костенурки, омари и безгръбначни. Разнообразието от морски хабитати се дължи на почти минималната човешка намеса в района, както и 14-те подводни възвишения.

Забавления и спорт

Най-добрият начин да се запознаете с пъстрата местна култура е да вземете вътрешен полет или ферибот до по-отдалечените острови, да опитате от гостоприемството на местните жители и да опознаете бита им. Ако имате късмет да пътувате по време на местни, национални празници или религиозни чествания като Коледа или Великден, ще можете да се насладите и на богатството от традиции, музика и танци на кирибатяни.

Местните казват, че живеят и планират ден за ден, без да се притесняват за бъдещето, а ежедневието им се ръководи от прилива и отлива, които определят условията за риболов. Предвид факта, че Кирибати е държавата с най-голямо съотношение вода/суша в света, водата е ключов фактор в живота на местното население, но и в преживяванията на посетителите. Риболовът тук, особено около Киритимати, е на световно ниво, а сред видовете риби, които рибарите имат възможност да ловят, са риба меч, тревали, син и черен марлин, риба тон, баракуда и бонфиш.

Кирибати е и една от най-атрактивните целогодишни дестинации за сърфинг в света. Най-добри условия за сърфинг предлагат островите Лайн, където сърфистите ще открият постоянни вълни и големи, дълги брейкове. Островите, естествено, предлагат редица други възможности за водни спортове като шнорхелинг, скуба дайвинг и свободно гмуркане.

Днес, за съжаление, тази живописна островна държава е застрашена от изчезване. Заради климатичните промени и повишаването на нивото на Световния океан - понастоящем с 3 мм годишно, учените предвиждат, че до 2050 г. по-голямата част от островите Кирибати ще бъдат изцяло потопени. Президентът на републиката Аноте Тонг вече няколко години се обръща към международната общност за помощ в борбата с климатичните промени и заплахата, която тегне над Кирибати. Ерозията на бреговете, замърсяването на питейната вода и увеличаването на населението са другите фактори, които правят прогнозите за изчезването на нацията съвсем реални. Правителството на Кирибати вече е закупило 20 кв. км земя на втория по големина остров на Фиджи – Вануа Леву, където смята постепенно да премести цялото население, което в момента наброява над 100 000 души, по-голямата част от които концентрирани главно на остров Тарава.

Hotel Marinela

SOFIA

Абсолютен Лидер!

Хотел Маринела София се отличава със своята удивителна инфраструктура, разположена на площ от 30 декара в най-зелената зона на столицата. Комбинацията от пространства заложена в архитектурата от известния японски архитект Кишо Курокава остава неповторима на Балканите. Със своите 4500 кв.м., прецизно разпределени в 20 обновени зали и пространства, с размери между 30 и 1500 кв.м. предоставя изключителна възможност за провеждане на събития с гарантиран успех. Хотела разполага със 442 стаи за гости, а най-големият Президентски апартамент ще ви накара да се почувствате изключително специални. Концепцията на хотела "Град в града", дава възможност на всеки наш гост да се възползва от услугите на общо шест ресторанта, четири бара и нощен клуб, в комбинация с 25 метра закрит басейн, салон за красота и автентична "Японска градина". Тук нашите гости могат да се насладят на спокойствие, съчетано с изискан стил и уют. Сградите и пространствата са важна част от интериора за почивка и бизнес, но изключително предимство за нас е и професионализма на нашите готвачи. Главният готвач Андрей Стоилов, капитан на Националния кулинарен отбор на България, председател на Българска Асоциация на Професионалните Готвачи и носител на множество национални и международни награди по кулинария е неповторим талант в кухнята. Заместник главния готвач Петър Николов е участник в множество Български и международни състезания.

Златен медалист от Национална кулинарна купа България, „Bocuse d'Or" и първият българин явявал се на полуфиналите на най-престижното кулинарно състезание в света. Нашите клиенти са смисъла на всичко, което правим, за това сме готови да го доказваме всеки ден.

Tel: +359 2 969 2222 E-mail: reservations@hotel-marinela.com Web: www.hotel-marinela.com

Protection

Protect your assets

HUVEPHARMA®
We add performance to your business

HUVEPHARMA EOOD • 3ª NIKOLAY HAYTOV STR • 1113 SOFIA • **BULGARIA** • P +359 2 862 5331 • F +359 2 862 5334 • SALES@HUVEPHARMA.COM
HUVEPHARMA N.V. • UITBREIDINGSTRAAT 80 • 2600 ANTWERP • **BELGIUM** • P +32 3 288 1849 • F +32 3 289 7845 • CUSTOMERSERVICE@HUVEPHARMA.COM

ОБЩИНСКА БАНКА

ЮБИЛЕЙНИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

www.municipalbank.bg